

常昌富	李依倩	编选
	关世杰	等译

MASS COMMUNICATION:AN EFFECTS APPROACH
MASS COMMUNICATION:AN EFFECTS APPROACH
MASS COMMUNICATION:AN EFFECTS APPROACH
MASS COMMUNICATION:AN EFFECTS APPROACH
MASS COMMUNICATION:AN EFFECTS APPROACH

CLASS COMMUNICATION: A FEELING APPROACH

Mass Communication: An Effects Approach

大众传播学： 影响研究范式

常 昌 富	李 依 倩	编 选
	关 世 杰	等 译

大众传播学： 影响研究范式

图书在版编目(CIP)数据

大众传播学:影响研究范式/(美)奥格尔斯等著;关世杰等译. —北京:中国社会科学出版社,2000.10

(传播与文化译丛)

书名原文:Mass Communication: An Effects Approach

ISBN 7-5004-2860-X

I. 大… I. ①奥… ②关… II. 大众传播-文集
N. G206.3-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第50413号

责任编辑 徐海涛

责任校对 朱文蓉

封面设计 王 华

版式设计 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲158号

邮 编 100720

电 话 010-84029453

传 真 010-64030272

网 址 <http://www.cass.net.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2000年10月第1版

印 次 2000年10月第1次印刷

开 本 850×1168毫米 1/32

印 张 17.25

插 页 2

字 数 441千字

印 数 1—3000册

定 价 29.00元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

编委会名单

主编 常昌富

编委 常昌富 李依倩 胡瑞敏 王顺珠

顾宝桐 白秀成 Daniel Wilbur

Steve Mortenson Alex Leidthold

Jo Anne Holman Don Burks

Robert Ogles Ralph Webb

Glenn Sparks 关世杰

FFP3/23

“传播与文化译丛”简介

传播学 (Communication Studies) 的兴盛是 20 世纪西方学术界一个引人注目的现象。自本世纪初第一个演讲学系在美国诞生, 现代传播学作为一门独立而充满活力的学科便开始了不凡的学术之旅。如今, 几乎所有的高校都开设了传播学系或类似于传播学系的演讲学系、修辞学系、言语交际学系以及大众传播和新闻学系。当其他一些传播学科如文学、历史、哲学生源不足时, 传播学则蒸蒸日上, 一跃而成为学生人数最多的学科之一。与此相对应, 传播学也形成了庞大的研究队伍, 有几十种在学术界颇有影响的专业刊物, 有几十个在理论界颇为活跃的学术团体, 而且有一种更为国际化的趋势。

现在回过头来, 我们可以说, 从 20 年代开始以演讲和话语为研究主体的现代修辞学的复兴为现代传播学播下了种子, 做了理论准备。本世纪初, 特别是四五十年代之后新闻传播业的繁荣给传播学带来了新的内容, 大众传播学成为重要的领域。其后, 人际关系学、组织传播学、公共关系学、跨文化传播学等等研究领域的相继学科化, 使传播学有了更多的、公认的学术空间。今天, 随着信息时代的到来, 一个传播意义上的“地球村”在人类的地平线上出现了。人与人之间、企业与企业之间、国家与国家之间, 传播和交往成为一种必不可少的活动。仿佛是在一夜之间, 交往和传播变得如此普遍、如此重要, 它们成了我们现代人

的生存方式和生存空间。

改革中的中国正从古老、封闭的社会向新型、开放的社会转变，人际交往行为的激增、大众传播业的繁荣、民主意识的觉醒、国际活动的广泛参与，为中国传播学的崛起提供了内部和外部条件。

中国需要建设什么样的传播学？中国的传播学对于中国的现代化有何意义？如何更好地了解我们自己的话语和传播方式，以便更好地了解自己，更好地了解别人？这一系列问题摆在中国学人的面前。

就是在这样的背景下，我们编选了这套“传播与文化译丛”。“译丛”将系统地介绍西方近一个世纪传播学的研究成果，对当代传播学进行梳理和评价，为中国的传播学的建设做一份“传播”的工作。

编者序

当代大众传播学的产生是与广播、电影和电视等现代媒体的产生联系在一起的。大众传播学的一个与众不同的特点是建立在两种完全不同的研究传统上。笼统地说，这两种传统分别采用社会科学和人文（科）学的方法，前者以美国的影响研究为代表，后者以欧洲的批评和文化研究为代表。就美国的影响研究来说，它提出假设，通过调查、观察和实验等等手段获取数据，再经过科学的处理和统计证明，从而认识所探讨的问题的性质和程度。自本世纪20年代末至30年代初第一次大规模地研究电影对儿童的影响，美国的大众传播研究的主流便与“影响”二字紧密地结合在一起的，开辟了一条行为科学的道路。

本书《大众传播学：影响研究范式》介绍影响研究的主要范式、论题和方法。

第一部分描述了影响研究的主要范式，收集了这些范式最权威的概述性文章，对每一种范式的理论、方法、重要成果进行评价，在每一种范式之后，遴选了这种范式中较具代表性的文章。第二部分着重介绍了几十年来影响研究范式关注的一些问题，包括“类型化”、“色情和暴力”、“电脑为媒介的传播”。第三部分介绍大众传播学研究中常用的“内容分析”、“调查”和“实验”三大方法。

在本书的编选过程中，我们参阅了目前美国几部常用的研究生教材，如德弗勒等著的《大众传播研究的里程碑：影响研究》、

查尔曼等编的《范式和媒体影响》、利尔伯特等著的《早期窗口：电影对儿童和青年的影响》。德弗勒的书从史的方面记述美国大众传播的重要研究，讨论了它们产生的社会和学术背景、研究设计、主要发现以及对该领域的贡献；查尔曼的书概述了影响研究的主要范式，讨论了它们的理论主张、研究成果、问题和出路；利尔伯特的书则集中在 60 年代后的大众传播研究，专门讨论了电视领域的问题。我们没有选用上述的任何一种是出于这样的考虑：我们希望在本书中，能选一些具体的文章和方法来配合广大中国读者进一步理解美国的影响研究传统。

我们认为，要忠实地反映当代西方传播学的现状，这样的一本书是不可缺少的；要让我们的传播学者能够在不久的将来拿出属于我们特有的东西加入世界传播界的行列，这样的一本书是十分必要的。如果这本书能对建立我们的大众传播学研究特别是影响研究有启发作用，那么，作为编者的我们将感到莫大的欣慰。

在本书的编选过程中，我们得到许多专家、学者、同事和组织帮助。

美国普杜大学传播系的 Glen Sparks 教授、Robert Ogles 教授和 Lee Trachtman 教授对本书的结构和选文提了宝贵的建议；国际传播学会（ICA）、美国传播学会（NCA）、美国新闻和大众传播教育学会（AEJMC）、美国广播教育学会（BEA）赠送所选文章的版权，我们在此表示感谢。

编 者

1998 年 8 月 20 日于美国普杜大学

目 录

编者序.....	(1)
----------	-----

导论：大众传播学影响研究

——兼谈建立中国大众传播学的一点思考	常昌富 (1)
--------------------------	---------

第一部分 理论、范式与实例

二级传播

二级传播：对一种假设的最新报告	伊莱休·卡茨 (27)
-----------------------	-------------

一则新闻扩散中大众传媒和人际传播的作用

.....	奥托·N. 拉森 理查德·J. 希尔 (49)
-------	-------------------------

议程设置

议程设置的研究：现在它在何处，将走向何方？

.....	埃弗里特·M. 罗杰斯 詹姆斯·W. 迪林 (65)
-------	----------------------------

首轮福特—卡特辩论的设置功能

.....	琳达·L. 斯旺森 戴维·L. 斯旺森 (124)
-------	---------------------------

沉默的螺旋

大众观念理论：沉默的螺旋的概念

.....	伊莉莎白·内尔—纽曼 (135)
-------	------------------

教化理论

教化理论及研究	W.J. 波特 (174)
---------------	---------------

电视暴力与观众对犯罪受害的认识

.....	罗伯特·M. 奥格尔斯 格伦·G. 斯帕克斯 (219)
-------	------------------------------

利用与满足

利用与满足的理论研究..... 菲利普·帕尔姆格林 (235)

创新的推广

对创新推广的最新评论

..... 埃弗里特·M. 罗杰斯 尤尼·阿迪卡亚 (279)

对接受个人电脑的探索 卡罗琳·A. 兰 (303)

知识差距

知识差距：对媒体效果的分析性评论

..... 塞西尔·加齐阿诺 (324)

第二部分 专题

色情与性攻击

大众媒介中的攻击性色情刺激物的影响

..... 内尔·马拉穆特 爱德·唐纳斯坦 (369)

计算机媒介传播

以电脑为媒介的传播：非人际性、人际性和超

人际性的互动 约瑟夫·B. 瓦尔特 (408)

第三部分 方法

内容分析

内容分析 吉多·H. 斯坦普尔 (463)

调查研究

调查研究

..... 乔治·康斯托克 马克斯韦尔·E. 麦库姆斯 (480)

控制实验

控制实验 布鲁斯·H. 韦斯特利 (513)

导论：大众传播学影响研究

——兼谈建立中国大众传播学的一点思考

常昌富

在大众传播研究领域中，“影响研究”这一术语有着独特的含义。它是指运用社会科学的方法来研究媒体对观众的影响。这样，我们可以看出两个方面的特点：影响研究不是研究媒体对社会的政治、结构、组织、制度等等的影响；影响研究不是运用人文的或历史的方法来研究的。^①在美国，自20年代电影作为新的媒体出现社会学者想知道它对青少年的影响如何到今天信息时代人们想知道“因特网”对我们的影响如何，影响研究一直是美国大众传播学的主流。它体现了美国学术的特点，也体现了美国文化的特点。本文将从三个方面来探讨：社会科学的特点、影响研究的理论和范式演变、美国大众传播研究的一些问题和建立中国的影响研究的一点思考。^②

① 研究媒体的社会、政治、经济、文化等等功能往往被称为媒体的“批评和文化研究”（Critical and Cultural Studies），或“媒体研究”（Media Studies）。

② 本文在写作过程中主要参阅了 S. Lowery & M. DeFleur, *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, 3rd ed. (New York: Longman, 1995); J. Bryant & D. Zillmann, eds., *Perspectives on Media Effects* (Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1986); R. Loeber & J. Sprafkin, *The Early Window: Effects of Television on Children and Youth*, 3rd ed. (New York: Pergamon Press, 1988)

一、以现实为基础的社会科学

社会科学的界限

“社会科学”顾名思义是指研究社会现象的科学。在西方的传统学术中，存在着两分法：自然科学和人文科学。在人文科学的这一栏目下，有文学、哲学、历史以及我们今天称之为社会科学的社会学、心理学、教育学、传播学等等。在自然科学这一栏目下，有数学、物理、化学等等。这两分法，自19世纪末与20世纪初以来，渐渐被三分法所取代：自然科学、社会科学、人文领域。自然科学也称为硬科学，社会科学称为软科学，而人文领域就无所谓科学不科学了。自然科学领域和人文领域是两极：前者以研究物质，探讨物质运动的规律，运用严格的科学的方法；后者表达人生，揭示生命的意义，它充满想象和自由。在这两极中间是社会科学，它是研究在一定的社会形态和背景下的社会组织、社会生活、社会群体等等社会现象的。因为社会科学研究的对象是社会群体或由社会群体构成的社会现象，它不可能象自然科学那样对研究对象得到绝对的控制和绝对的了解，它永远是严格意义上的准科学；因为社会科学是与社会的政治和政策紧密的联系在一起的，其研究的结果是行政部门制定政策的最重要的依据，它更不可能像人文学科那样根据个人的好恶，随心所欲，充满想象。一项政策的制定固然与党派利益有关，但它必须依据专家、学者的数据——科学的调查和研究发现来进行。社会科学方法也就是量化的方法，也称为“经验的”（empirical）方法。Empirical的意思就是我们的感官可以感知或觉察的。

社会科学何以走上量化的道路是由多种因素造成的（如科学的发展、民主意识的增强），这不是本文所要论述的范围。也许我们可以说，从某种意义上说，社会学者和人文学者是用不同的方法来看世界的。让我们先随便举几个例子：媒体中充塞的暴力

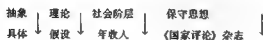
和色情对观众特别是对青少年有没有坏的影响？我们中的绝大多数都会凭直观不约而同地作肯定的回答，并将美国社会的各种暴力与色情与媒体的宣传挂上勾。然而，也有人会否定的回答。因为根据亚里士多德的“净化说”和弗洛伊德的“升华说”，我们会得出相反的结论：媒体中的暴力和色情会净化掉人们的恶的冲动。当每一种新的媒体出现时，理论家们就会对媒体将产生的影响作完全相反的预测：以因特网为例，有人说它将给全世界带来民主的福音，因为人民将最大限度的拥有各种信息、各种观点；有人却说它将给人类的民主事业带来威胁，因为正是这些良莠不齐的观点，使人们变得软弱，失去是非判断，更有可能被邪恶的东西引诱。

在这种情况下，我们听谁的呢？是凭直观还是社会调查？在这一点上，我们看出了东西文化的一些差别。东方文化重直观，多采用定性的方法；西方文化重分析，多采用定量的方法。这在生活的一些细枝末节上也看得出来。在美国家庭的厨房中，你会看到装水的杯子上大都有刻度，做菜总是按照菜谱来，放多少盐、多少油、多少水，都是准确地量好了的。要是美国人问你怎么做米饭，你的回答要说“一磅米配多少磅的水。”显然，在美国人的思维里，数据往往比直观来得更可靠。将大众传播影响研究定位在社会科学的领域内也体现在政策和法律的制定中。最近的一个例子就是美国 1996 年颁布的新电讯法。该法规定，在因特网上给未成年人传送黄色的东西是违法的行为。美国以“民权协会”为代表的几十家组织上诉高等法院，指责新电讯法违背宪法，与保护言论自由的第一修正案相抵牾。高院裁定，新电讯法违宪。在给出的众多理由中，其中一条便是：目前没有具体的研究数据表明电脑黄毒对青少年有害！

社会学的方法

社会学家大多从某种理论出发，到现实生活中寻求经验的证

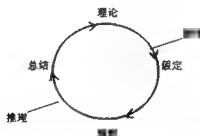
明，来确认理论的有效性。理论是关于现实的抽象的概括。它往往表现一组或几组抽象的概念之间的关系。由于这种抽象性，理论本身是无法证明的。但是，我们可以将理论中的概念具体化，将它们转换为可以观察的、实证的东西，也就是“指标”（indicators）。这样，根据理论，便可提出具体的表示指标之间的关系的假设。例如，理论预测，社会阶层与保守思想有关。社会阶层与保守思想都是抽象名词。我们必须界定什么是社会阶层，什么是保守思想，将它们具体化，在生活中寻找它们的对应物。我们可以从不同的方面来判断一个人的社会阶层，如职业、教育、家庭。在美国，年收入是社会阶层的一个比较忠实的指数。一个人保守与否可以从多方面表现出来，如举止、言谈、所属的党派等等。同样，《国家评论》杂志长期一直是保守思想的阵地，它可以作为一个指数。从抽象的概念下降到具体的指数是很重要的一步，某一个指数能不能准确衡量概念牵涉到“有效性”（validity）的问题。而且，社会学的研究是以一般人为前提的。比如说，也有个别人社会阶层低下，却年收入颇丰；同样有一些人社会地位高，但思想并不保守。从理论到假设、从抽象到具体，我们可以看下图：



研究人员通过社会调查，对所获得的数据进行科学的处理，可以看出在年收入与订阅《国家评论》杂志之间存在不存在某种关系。关系是指“协同变化”。这种变化可以是正面的，也可以是负面的。上面假定中所预测的关系是正面的，即年收入越高，就越有可能订《国家评论》。如果调查的结果正相反，年收入越高，订《国家评论》的越少，那么这种关系就是负面

的。这种关系的程度如何，社会学领域有一系列的计算方法来判断。

许多教科书将社会研究的步骤比喻成“科学之轮”。下图说明了理论与研究的关系。理论提供假定，后者为具体的观察所证明。这些观察的结果产生经验性的总结。如果经验性的总结支持假定，我们对理论的信心会更足。如果经验性的总结否定假定，我们就对理论质疑。在大多数情况下，科学研究从理论出发，通过演绎方法获得假设，从假设获得观察或数据，通过科学地处理数据得出结论，支持或质疑理论。在某种现象没有预先的知识时，我们可能没有任何理论，而是有各种各样的观察，那么，我们则主要运用推理方法。演绎是指从普遍到具体——从已知的原理到未知的、可观察的结论。推理是从具体到普遍——从一系列观察到概括。



以《多数无知与沉默螺旋：大众传媒在沉默螺旋的假设中作用的一个测试》一文为例，概括西方通常看法，公众舆论是指个人观点的总合。然而在研究德国竞选活动时，欧洲学者内尔·纽曼提出，公众舆论是指个人认为在公共场合可以安全地发表的观点的总合。从某种意义上说，这就是一种新的理论。围绕这一理论，研究人员提出许多假设。在所选的文章中，作者提出3个与大众传播有关的假设：1. 那些运用媒体多的人比运用媒体少的

人更有可能准确地判断某个具体问题的公众观点；2. 那些运用媒体多的人比运用媒体少的人更有可能准确地察觉他们对某个问题的观点是与大多数人还是与少数人一致；3. 问题的特显性比大众媒体的运用更有力的预测表达。从这些假设出发，作者设计方案，收集数据（观察），科学分析（结果），最后讨论这一具体研究与理论的关系。

社会科学报告的写作方法

以社会科学的研究方法为主的——社会学、心理学、教育学、大众传播学、政治学的文章中大多包含类似的部分：摘要、介绍、文献评论、方法、结果、讨论、参考文献。摘要部分一般100—200个字，说明作者研究的问题；介绍部分提出问题、背景和重要性；文献部分总结就这一课题已有的研究；方法部分包括如何设计研究（社会调查、实验等等）、如何选择对象（随机抽样、分层抽样等等）、如何操作和收集数据（抽象的概念转换成具体的指数、将收集的材料进行数字代码即量化等等）、统计方法；结果部分阐述研究的发现；讨论部分指出研究中的问题和不足，以及将来这一课题的方向。^①

二、影响研究的理论与范式的演变

在过去的七八十年代，为弄清媒体的影响，大众传播研究领域产生了许多理论和方法。这些研究涉及了许多领域，如电影对儿童的影响、政治竞选中媒体的角色、听众从收音机中的节目中得到的满足、以及电视内容诸如色情和暴力对青少年的影响等等；在理论和范式上带来了一系列的演变，如运用和满足、日程

^① 参见 R. Stark, & L. Roberts, *Contemporary Social Research Methods* (Bellevue, WA: MicroCase Corporation, 1996).

设定、技术的传播与吸收、二级传播、有限的和有选择的影响、潜移默化的影响等等；在具体的课题上不断有所开拓，如暴力和色情、广告和程式化等等；在方法上创造性地采用了社会科学的方法，如内容分析、社会调查、试验等等，有些研究设计成为社会科学中的经典之作，为许多不同学科介绍。

尽管上述研究的结果各不相同，出于本文的目的，我们可以从史的角度看出三个明显的演变过程。总的说来，影响研究从最初的神奇的子弹理论发展到后来的有限的和有选择的理论再发展到当代的社会化和潜移默化的理论。

魔弹理论

传播学的研究者在描述范式的演变时都不约而同地追溯到“魔弹理论”（Magic Bullet Theory），有时也形象地称之为“皮下注射理论”。这两个比喻说明，媒体的影响是巨大的、立竿见影的。然而，在考察传播学研究时，我们并没有找到这一理论的证据。也许我们对新事物了解之前总是有某种或是预先的、或是直觉的、或是由其他因素导致的观点。魔弹理论大概就是如此。我们要注意到这是两个非常重要的比喻，它们象一种潜意识为人们所保存，这是一种直觉式的恐惧，这种恐惧每当一种新的媒体出现的时候，它们就不知不觉地显出来。从某种程度上说，正是这种恐惧催生了一个又一个的研究。

根据德弗勒的看法，魔弹理论也有其一定的科学基础，即达尔文进化论关于人性的观念。在达尔文的《物种起源》发表之前，为人们所接受的宗教的人性观认为，人是根据上帝的形象而创造出的“理性的”动物。从达尔文开始，科学的人性观占了上风，强调遗传与生理对人的行为的影响。受这种遗传观的影响，社会学家和行为科学家放弃了关于“理性的”人性的阐释，注重人性的动物性的一面。他们认为，高级动物的行为与人类的行为没有很大的差异。例如，由于共同的遗传的本能，某一种类的动

物的行为大体上是一致的。以此类推，人也是由于生理的遗传的本能而对某种刺激产生相同的反应。在这种人性观的指导下，人对刺激的反应被认为是由本能或潜意识主宰的，而不是由人的理智或智力所操纵的。将这样的认识与现代大众传媒结合起来考察就可以得出这样的结论：就某一群众受众来说，他（她）们对精心制作出来的大众传播作品（刺激物）的反应是一致的，因而在早期观点看来谁控制了媒体谁就控制了公众。^①

这种魔弹论部分地得到支持是20年代末第一次大规模的电影研究。这次研究是第一次全面而系统的运用社会科学的方法于大众传播领域，从某种意义上说，它奠定了美国影响研究的基础和性质。电影自本世纪初出现，到20年代成为美国家庭主要的娱乐形式。电影中的凶杀和恐怖的场面、低级趣味的东西令社会批评家关注；它们会不会影响孩子的身心健康？由“裴恩基金会”赞助的、持续三年（1929—1932）的电影研究是第一次运用当时争议还很大的社会学的方法于媒体研究，可以说是现代影响研究的源头。这次研究包括13项具体的研究，可以笼统的分成两大方面：一是对电影的纳入和观众的成分进行分析；二是试图了解各种电影内容对观众的影响。关于第一方面，埃迪加·戴尔的研究最有说服力。戴尔观摩、分析了1,500部影片（1920年500部，1925年500部，1930年500部），将内容分成凶杀、色情、爱情、神秘、战争等10类，发现其中四分之三的内容是凶杀、色情和爱情。这是最早期的“内容分析”。^②戴尔除了采用已有的统计数据获得观看电影的人数外，还从俄亥俄州的50个居

① 参见M. DeFleur & E. Dennis, *Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective* (Boston, MA: Houghton Mifflin Company, 1994), P540-41; S. Lowery & M. DeFleur, *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, 3rd ed (New York: Longman Publishers USA, 1995), p. 12-14.

② 有关传播学主要运用的“内容分析”、“社会调查”、“试验”等方法，请参阅本书最后部分。

民区实际的电影观众来断定观众的年龄结构，以此来推出全国的情况。戴尔分析表明，5岁至8岁的小孩以开始到电影院，最频繁的是小学和中学的学生。男生超过女生。

关于第二方面，可以分如下几组重要的研究。1. 豪勒戴和斯塔达德花了三年时间对3,000名儿童做试验，以17部完整的电影做刺激材料。他们在对象观看影片后的6个星期和3个月测试了影片中的主要情节和次要细节，发现就是8岁的小孩也能记住电影中的细节，而且在有些情况下，在3个月时比6个星期记得更多。2. 皮特森和射厄斯顿研究电影对观众的态度影响。他们让儿童看不同有关少数民族和种族问题的影片，在观看前后进行测试。总的说来，电影对儿童态度的影响是明显的。3. 代欣格和茹斯尼克运用试验方法和自传体方法来测试电影对观众的情感刺激。他们在7组年龄不同的儿童皮肤上装有电子感应器观察和记录他们在看色情、凶杀等内容的电影时的反应。他们对成年人也作观察以进行比较。试验发现，影片对儿童的情绪影响极大。4. 心理学家若恩肖和米勒等人研究电影对儿童的身心的影响。他们测试了170名少教所的儿童，观察他们正常的睡眠状态，和他们看完电影之后的睡眠状态作比较，发现电影对睡眠产生影响，对身心健康有负作用。5. 皮特斯的研究是看电影会不会使道德更为沦丧。他们先后找了17类不同层次的人就电影中所反映的道德倾向是否与现实生活的道德规范有出入，得出的结论是肯定的。6. 最重要的、最支持魔弹论的是几项对行为影响的研究。夏多华斯和麦义将经常看电影的儿童与很少看电影的儿童作比较，比较他们的总体行为、在学校的表现、和同伴的评价三项，结果是电影迷在这三项中都远远不如非电影迷。布鲁姆尔研究电影对儿童的日常生活行为的影响。他让几百名大、中学生用自传的形式介绍电影对他们的影响。学生们普遍认为，他们的坏习惯都是从电影中学来的。布鲁姆尔和豪斯尔还研究少年犯罪与电影的关系。同通过对具体犯罪少年的案例分析、问卷调查等

等手段收集数据，得出结论，电影是导致少年犯罪的根源。

尽管布鲁姆尔等人研究设计的科学性受到一些质疑，媒体会强有力地直接影响观众的观点却为不少人接受。特别是在1938年底“星球大战”广播剧引起的成千上万的观众大恐慌的事件更让一些人深信不疑。（哥伦比亚广播公司在“万圣节”到来之际，在晚间的“空中剧场”中用现场直播的形式将威尔士描写外星人进攻地球的科幻小说《星球大战》播出来。由于在播放中采用了大量的逼真音响和维妙维肖的采访，无数听众以为人类劫难真的来临，恐惧万分，纷纷弃家而逃。这一事件引起普林斯顿大学“无线电研究办公室”的重视，对观众进行跟踪调查。）

有限的和有选择性的影响的理论

虽然20年代大规模的电影研究和1939年的“星球大战”的广播研究的理论基础是魔弹论，并且两次研究的部分结果能支持这种理论的假设，然而，它们却也是动摇这种理论的主要事件，特别是1939年的研究。为什么有些听众惊恐万分，而为什么有些听众并不是这样？这就让人怀疑魔弹论的可靠性。这样，研究者就把注意力投到不同的个人构成上。研究者开始将更多的因素——变量考虑进去。

有限的和有选择的影响论（Selective and Limited Influences Theories）也是和其他学科的发展联系在一起的。从20年代末起，对传播学具有重大的影响的心理学和社会学有了重大的发展，对人的本质和社会秩序有了全新的看法。个性差异成为心理学研究的重点，认为人们的需求、态度、价值观、智力以及其他方面的差异在人的行为中起着重要的作用。与此同时，社会学家把注意力集中到社会结构，即将社会划分成各个组成部分（经济等级、种族类型、社会组织如家庭、宗教、政府等等）来研究。他们将注意力集中到相类似的人在不同的社会背景中的特征。他们发现，人的社会的文化参数（家庭的经济状况、社会阶层、年

龄等等)有力地影响人的行为。这种对于个性差异和社会差异的关注影响了传播学者的视角。人们开始质疑魔弹论。40年代对参加二战的上兵和总统竞选的两个大规模的调查研究彻底动摇了魔弹论,人们对于媒体如何影响观念、举止有了新的认识。

二战时,美国要征召无数对战争的性质、规模、结果毫无了解的年轻人,国防部请好莱坞的著名导演制作一系列题为“我们为何作战”的宣传片,旨在让上兵了解盟军参加战争的正义性,增强盟军必胜的信心。由当时著名的社会学家和心理学家组成的研究小组抽样对数批士兵进行实验,调查的结果是,“我们为何作战”系列片对介绍战争的起源有一些成效;对改变人们对这些事实的总体而不是具体的看法也有一些作用。然而,这些片子并没有如想象的那样激起观众的战斗热情、增强对盟军的信心、灌输对敌人的持久的憎恨。而且,对受过不同教育程度的人的效果不一样,总的来说,教育程度越高,从电影中得到的东西越多。

1940年对媒体与人们的竞选行为的调查是社会学研究的经典,也是动摇魔弹论的主要研究之一。拉札斯菲尔德、贝雷尔森和高德特从俄亥俄的一个县抽样出3000名对象,将他们分成相同的4个小组,其中的一个组为主要调查组,从竞选前5月份到竞选后11月份每月进行跟踪调查。其他为3个控制组,研究人员则分别在7月份、8月份、10月份对其中一个组进行调查,与主要调查组作对比。^①

研究发现,人们的竞选行为相当复杂,受多种因素或变量——社会经济地位、宗教倾向、居住地(县城或农村)、职业和年龄的制约。比如,社会经济地位高的比地位低的更倾向于选共和党,蓝领工人比白领工人更倾向于选民主党。信仰天主教的

① Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, & Hazel Gaudet, *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Election* (New York: Columbia University Press, 1948)

人更倾向于选民主党，信仰清教的人则倾向于共和党。如果将年龄考虑进去，则发现，年轻人倾向于选民主党，年长者倾向于选共和党等等。对于传播理论来说，研究者发现，研究对象在对大众传播的媒介上和接受别人的影响上是有选择性的。

不仅如此，研究人员发现，人们在作选择时还有其他因素在起着重要的作用。这就是，人们不断地从亲朋好友那儿获得信息，也就是说，在很大程度上，人际之间的交流或传播比起大众传播来更具影响。研究人员称这意外的发现为“传播中的二级传播”（Two-Step Flow of Communication）现象。当以新的眼光审视获得的原始数据时，他们发现，有一部分人总是比别人消息更为灵通，充当他人的“观点领袖”（opinion leaders），影响他人。所以，在《人民的选择》一书中，作者首次提出这样的假设：“观点常常是从收音机和刊物流向观点领袖，再从这些人流向芸芸众生。”^①

这一假设从另一个角度否定了魔弹论，也促成了1945年在美国依利诺斯州的迪凯特（Decatur）县进行的旨在验证这一假设、了解观点领袖这一角色的研究。迪凯特研究想弄清观点领袖在人们日常生活的四个方面——购物、选择时尚、判断公众事务和看电影——的影响。在1955年发表的研究报告《人的影响》一书中，作者凯兹和拉扎斯菲尔德支持了传播“二级传播”的假设。^②从大众传播研究史上讲，这次研究带来了新的视角。大众传播学首次从对信息资源和受众的心理的研究转向对在传播过程中人们相互间的社会关系以及由这些关系导致的影响的研究。

无独有偶，早先在1941年的一个研究中，莱恩（Ryan）和格罗斯（Gross）研究依阿华农民如何接受新技术、媒体在这一

① Ibid, 151.

② E. Katz & P. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by people in the Flow of Mass Communication* (Glencoe, Ill.: Free Press of Glencoe, 1955)

过程中所起的作用时，也注意到农民间的人际交往对其作出决策的影响。^①这一发现也否定了大众传播的魔弹论，以后出现的“创新的推广”（Diffusion of Innovation）这一研究范式中，研究者在寻找人们对新事物的采用时也充分将对象的社会网络考虑进去。如罗杰斯（Rogers）所说，创新的推广就是指技术在一定的时间内通过一定的渠道在一定的社会系统内的成员之间的传播。^②

在这个时期还出现了另一种重要的研究范式——利用与满足（Uses and Gratifications），它从受众的角度来研究人们是怎样来选择媒体的内容，怎样将从媒体中获得的信息运用到生活之中，又怎样从中获得满足。根据魔弹论，受众应该是被动的、相同的，某一种信息的反应是条件反射式的、一致的。赫特·赫兹奥格（Herzog）在40年代初对广播连续剧听众的研究显示，听众是主动的，选择什么样的内容、获得什么样的满足是因人而异的。^③

到此为止，传播界基本上清算了魔弹论。这种有限和有选择的观点在克莱勃尔（Joseph Klapper）1958年的《大众媒体的影响》一书中得到明确的表达：1. 媒体看起来并不像一般人过去和现在所想象的那么有力。一个人对媒体所传递的某种信息的注意与其观念、态度、行为之间并不存在简单的因果关系；2. 许多研究发现媒体所传递的信息确在观众身上产生影响，但这种影响相对而言是轻微的；3. 这些信息在观众身上产生的影响的条

① 参见 B. Ryan & N. Gross, "The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities," *Rural Sociology* 8 (March 1943): 5.

② E. Rogers, *Diffusion of Innovations*, 3rd ed. (New York: Free Press, 1963), p. 5.

③ H. Herzog, "What Do We Really Know about Daytime Serial Listeners?" in P. Lazarsfeld & F. Stanton, *Radio Research 1942-1943* (New York: Duell, Sloan, & Pearce, 1944), P. 3-33.

件比起原先研究的要复杂的多。^①

议程设置、社会化和教化的理论

议程设置理论

魔弹理论中，因果关系是非常明显的：媒体的消极内容必然导致受众的消极行为。在有效的和有选择的理论中，那种将受众看成千篇一律的观点得到否定，取而代之的是传播对受众的影响因人而异的观点。然而，说媒体影响甚微又多少忽视了这样一个事实：在我们的生活中，媒体扮演着一个重要的角色。我们每个人的生活世界可以说是千差万别的，现实世界可以说是由无数我们永远不能穷尽的方方面面组成的。然而，就某一个特定的时期来说，我们生活的内容却因着媒体的存在而变得十分相似。从60年代过来的美国人，在其生活的阅历中，都离不开越战、总统遇刺、民权运动等等。就新闻媒体来说，每天有各种各样的事件发生，但总是只能选择少数几件。早在1922年美国著名的新闻记者李普曼在他的《公众舆论学》一书中就说，新闻媒体起着为我们界定现实的作用，不光是在总统竞选时，而且是在我们的日常生活中。^②新闻媒体在这种情况下不仅将为我们建构现实，而且通过对现实事件的筛选将我们的共同注意力集中到某几件事上，在这些事件上贴上重要性的标签。魔弹论和有效的影响论显然无法解释这一现象。看来，必须有某种新的理论或假设来指导大众传播的影响研究。这种理论之一就是传播学者提出媒体的议程设置（Agenda-Setting）的功能。

1963年柯恩在对美国报业与外交政策的关系的研究中，十

^① Joseph F. Klapper, *The Effects of the Mass Communication* (Glencoe, Ill.: Free Press of Glencoe, 1960).

^② W. Lippman, *Public Opinion* (New York: Macmillan, 1922)

分简洁地阐述了媒体的这种功能。他说，媒体也许不能成功地让我们怎么想（What to think），但会极其成功地让我们想什么（What to think about）。^①顺着这条思路，研究者就可以得出这样的假设：媒体对某些社会现象和问题的选择性报道也许不能一下子改变人们对这些现象和问题存在的是非观点，但会让人们觉得它们的分量，也就是说，媒体对某个方面越是报道，人们也就越觉得这个方面重要。^②1972年麦克姆（McComb）和肖（Shaw）两位学者以1968年总统竞选为例，验证上述假设。他们在北卡罗莱纳州对100个选民进行调查，让被调查者说出在他们自己看来哪些是那次竞选中的重要议题。研究者将被列出的重要议题与媒体对这些议题的报道作比较，发现这两者之间有惊人的对应关系：人们认为最重要的也是媒体报道最强调的，不论竞选人有没有强调。这之后，许多研究者又做了许多类似的但规模更大、更科学的研究，得出相似的结论，议程设置成为一个令人信服的研究范式。它的出现从大众传播影响研究史来说具有双重的分水岭的作用。一方面，这是第一个由传播学者根据新闻理论而不是由社会学家或心理学家根据他们的理论提出来的研究范式；另一方面，它基本上背离了有限的和有选择的影响的研究范式，将研究目光投向媒体对受众的长期影响上。^③

当然，这里要指出议程设置模式在解释上的弹性。当人们考

① B. Cohen, *The Press and Foreign Policy* (Princeton, N. J.: Princeton University Press, 1963), p. 13.

② M. McComb & D. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly* (1972): 176-187.

③ 与议程设置相类似的一个理论模式是“沉默螺旋”（The Spiral of Silence），它最初由欧洲学者诺尔-诺曼提出。诺曼认为，在公众舆论的形成中，当一个人感到自己的观点与大多数人一致时，他更倾向于发表自己的意见；反之，当一个人觉得其观点与大多数人相左时，他更倾向于沉默。美国传播学者将人对公众舆论的察觉与对媒体的影响联系起来。参见 E. Noelle-Neumann, "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion," *Journal of Communication*, 24 (1974): 43-51.

察在竞选活动中的媒体对受众的日程设定的功能时，其影响可能是短暂的；当人们考察在文化和现实的建构上媒体的议程设置的功能是，其影响可能是长期的。正是在后一种意义上，影响研究才有了大的范式上的转向——研究媒体的长时间的社会、文化功能。

社会化理论和教化理论

社会化理论 (Social Learning Theory) 是由斯坦福大学著名的心理学家本多拉 (Bandura) 提出来的。传统的观点有两种：一种认为人的行为是外部条件引起的；另一种认为人的行为的动因是冲动。本多拉综合这两种说法，认为人的行为是由外因和内因的交互作用而引起的。他指出，一种行为的产生大体上要经过三个过程：首先是注意，对外界的某种行为的注意和观察；其次是保留，对所注意的行为进行内消化，在象征、认知等层次上理解，在象征、实际中重演；最后，在时机到来时便实施这一行为。^①

在整个过程中，行为的展示或示范对儿童来说是最关键的。要让儿童学某种新的行为，最好的和最行之有效的方法就是将这行为示范出来。本多拉作了一系列的令人信服的试验，其中最有名的是“波波玩具娃娃研究”。在这些研究中，本多拉以幼儿园的孩子为对象，把他们分成几组，让他们观看一个“示范员”粗暴地对待一个“芭比玩具娃娃”的影片，不同的小组看到不同的版本：一组看到示范员粗暴地对待玩具娃娃就结束；一组看到示范员因粗暴行为受到惩处；一组看到示范员因粗暴行为受到奖赏。看完影片，研究人员将三组儿童放在三间有同样的玩具娃娃的房间，观察他们的行为。除了“惩处”组没有对玩具娃娃殴打，其他两组都模仿了电影中的示范员，立即对玩具娃娃粗暴对

^① A. Bandura, *Social Learning Theory* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977)

待。虽然“惩处”组的儿童没有对玩具娃娃表现出暴力行为，但根据社会化的理论，他们已学会了暴力行为并在条件许可的情况下实施出来。为了证明这一点，研究人员走进三个房间，告诉他们，如果谁能模仿出电影中的那些行为，谁就可以得到一瓶果汁。每模仿出一个，就多一瓶果汁。结果所有组都比例很高地模仿了暴力行为。本多拉运用社会化的理论来解释电视暴力与青少年行为之间的关系。从50年代起，电视暴力对青少年的影响一直是争论不休的话题。1954年和1961年参议院专门就这一问题举行了听证会，1964年参议院的一份报告和1968年“美国阻止暴力委员会”的一份报告都认为，电视上充斥着暴力，这些内容可能对青少年有害。1969—1970年在美国卫生部长的干预下，花一百万进行一次巨大规模的调查，想弄清电视暴力与儿童的暴力行为之间的关系。本多拉是调查组成员之一。虽然这项研究的成员选择和最后的报告的写作得到很多非议，许多研究表明：观看电视暴力增大青少年暴力行为的概率；具有暴力倾向的青少年更有可能看暴力节目。^①

社会化理论成为心理学家和传播学家研究儿童暴力行为的重要理论依据，它较有说服力地揭示了暴力行为产生的复杂过程。这一理论不光是针对媒体的，而是阐释一般的暴力行为。

教化理论(Cultivation Theory)与社会化的理论类似，它最初由格博纳(Gerbner)于1969年的《走向文化“指数”：大众传播化的公众信息系统的分析》一文中提出来。在这篇文章中，格博纳旨在开创一种新的范式，既不研究信息，也不研究直接影响。而是研究“不同的个体或群体在集体的语境中如何选择和解

^① 这次以电视与儿童的社会行为为主题的研究报告有7卷本之多，常称之为《卫生部长的报告》(Surgeon General's Report)。其中包括：*Television and Social Behavior*；*Media Content and Control*；*Television and Social Behavior*；*Television and Social Learning*；*Television and Social Behavior*；*Television and Adolescent Aggressiveness* 等等。

释信息。”^① 他提出了三个方面的研究策略。一是体制过程分析，研究各种政策对媒体信息的导向；二是信息系统分析，研究信息本身的性质和特点；三是教化分析，研究不同程度的电视观众其观点被“电视化”的程度。它在传播学中获得两种迥然不同的解释。一是说它批评了影响研究传统，将传播学向批评和文化学靠拢；^② 二是说它批评了传统的影响研究，但它提出的教化概念本身是一个影响研究的概念，是一个量化的概念。

这两种说法几乎都有道理。在美国和欧洲传统中，传播学研究方法和内容都各有侧重（请看本文的最后部分）。欧洲的大众传播学派以定性方法为主，对传播文化和社会进行研究，格博纳提出要进行体制过程分析显然是与以社会科学方法为主的美国影响研究传统格格不入的。然而从具体的情况来看，教化还是步上了影响研究的老路，因为这一范式的研究重点是放在信息系统分析和教化分析上的。

在信息系统的分析中，格博纳和他的助手们连续多年将某一年中的某一星期的全部节目录下来，然后，用严格的内容分析方法分析这些节目，以此获得有关电视现实或“电视世界”的准确把握。在教化的分析中，作者探讨了电视现实与生活现实的差异，解释这些差异如何导致人们对现实世界的看法、态度、情感、价值产生影响。总的来说，在观看电视与察觉现实之间存在这样一种关系：电视看得越多就越有可能将电视世界等同于现实世界。

在对现实的估算方面，研究者让人们估算社会的犯罪率、离婚率、一生中可能遇到的天灾人祸的概率以及可能遭到别人的袭

① Gerbner, G. (1969). Towards "Cultural Indicators": The Analysis of Mass Mediated Message Systems. *JV Communication Review*, 17, 137-148.

② 比如，在被特编的《独辟蹊径：批评传播学中的人物》一书中就这样认为。参见 J. Lent, ed. *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication* (Boulder, CO: Westview Press, 1995).

击的概率等等这些常常被电视表现和夸大的方面，研究的结果表明，观众看电视的程度与估算的程度成正比。在对现实的察觉方面，研究者主要想知道由于电视的大肆渲染，观众是不是将现实世界看成是一个电视中常表现的那样阴暗的世界（mean world），回答是肯定的。在对社会诸问题的情感、态度和价值取向方面，研究者调查了观众对警察采用暴力手段的态度、对流产的态度、对种族问题的态度等等。这些方面也验证了教化论假设。

上面我们简要梳理了美国大众传播学影响研究的发展脉络。由于篇幅，我们不可能面面俱到，有一些小的范式如发展范式（Developmental Paradigm）、知识差距范式（Knowledge Gap）等等，有一些研究专题如广告、暴力、色情、对妇女和少数民族的类型化以及媒体的正面教育的功能等等，在这里就不赘述了。从上述回顾中，我们看到每一种新的媒体（如电影、电视）出现时，总会引发出大规模的研究，这正是当前信息时代的情形。因特网作为一种新的媒体形式，正日益受到影响研究学者的重视。人们不仅要验证传统的一些理论假设，而且要寻找能解释因特网的模式，这便是目前正走红的“以电脑为媒介的传播”（Computer-Mediated-Communication）这一领域的出现。这一领域将怎样发展，还需要时间来证明。

三、影响研究的一些问题与中国大众传播学

至此，我们介绍了大众传播的影响研究。人们也许要问：在美国学术界影响研究与其他大众传播研究的关系如何？它有哪些问题？对建立我们的大众传播学有何意义？

欧洲学派或批判学派的问题

大众传播学中的美国学派与欧洲学派对大众传播的研究和理解采用不同的理论和方法。美国学派注重传播对受众的影响研

究，采用社会调查和科学试验的手段。有许多因素造成这种状况。有人认为从文化传统的角度看，这是美国科学主义与理性主义的产物。美国人不搞思辨、不搞形而上学，而搞实证，行为科学比较发达。通常所说的欧洲学派，也称批判学派，是由法兰克福学派开创的。该学派受马克思主义的政治经济学说的影响较大，将媒体的研究放在整个资本主义文化工业的语境中来研究，主要是用人文的方法，其探讨的重点是放在媒体文化的大量复制与整个经济与意识形态的关系。在美国大众传播的历史中，也有不少批评志士，他们独辟蹊径，走一条类似与法兰克福学派的批判道路，虽然他们最初并没有直接受前者的影响，他们不约而同地看到了商品经济对大众传播的危害，具体地说就是媒体将观众卖给广告商从而使收视率成为衡量一切的标准，这些人从经济的、文化的、意识形态的等等方面对传播现实进行批评，在过去的几十年中，一直受到排挤和打击。近年来，批评学派渐渐被承认，但影响学派与传播学派的关系在相当多的学校，特别是在老牌学校还很紧张。^①

文化学的问题

大众传播学作为一门独立的学科，从新闻学中分离出来，在很大程度上取决于广播和电视等电子传媒的广泛应用。今天，随着电脑技术带来的多媒体时代的到来，传统的传播学研究无论是美国学派还是欧洲学派，都可以说是历史的产物。例如，美国式研究的本土性不再适应全球视野，同样，欧洲学派的欧洲文化传统也不能令人满意地回答新出现的问题。这两个学派的一个最显

^① 例如，美国《高等教育记事》1994年4月31日就记载了发生在密西根大学传播系的一场由“两条路线”引起的冲突。该系于1991年用高薪和其他优厚的条件挖走了洛杉矶加州大学传播系主任、以研究色情和乖戾行为闻名的马拉姆斯教授。马氏上任伊始，便强化行为科学的研究方法，调整研究项目，拒绝给两名用人文的方法研究的教授以“终生教授权”，一时搞得沸沸扬扬。

著的特点之一就是它们的欧美中心。

作为新的边缘学科的文化学对大众传播学来说可能是一个机会。目前的学术发展似乎表明，文化学正率先关注最具有现实意义的问题，如后殖民主义，文化霸权，等等。文化学与许多学科关系密切，但它与大众传播学的关系应该更加特殊：今天人们在世界范围内所共有的社会、生活和学术环境以及这一环境中的各种矛盾都与传播紧密相连。然而，文化学在传播学系并没有受到青睐。这里面有多方面的原因。法兰克福学派的文化精英主义，对大众文化的排斥态度虽然为伯明翰学派所诟病。表面看来，大众传播学的独立地位得到了确认。其实，否定或肯定大众文化只是一种学术态度而已，这并没有改变精英主义的学术操作。这些学者，无论推崇大众文化还是贬低大众文化，都几乎有着清一色的学术背景：他们大多来自文学系，其理论模式借鉴了社会和文学批评的最新成果，从新批评到结构主义到解构主义再到后殖民主义等等。在美国，文化学首先在英语系和比较文学系繁荣（国内的情况大概也是如此）。传播系在这种情况下不得不考虑自己的学术尊严；传播系的学者缺乏目前文化学所需要的知识结构，跟在别人后面感到底气不足。从传播系的生存策略上讲，文化学如此发展下去，又有可能带来新的威胁：传播系在现有的情况下搞的文化学，完全是在英语系和比较文学系的模式中亦步亦趋，后者再次显示它们的精英姿态。到最后，人们也许又会问：传播系到底在搞什么明堂？有没有属于自己的学术领地？是不是有生存的必要？

文化学本身也存在着诸多问题。有一种将文化学庸俗化的倾向，还有一种一哄而上的倾向。有些人错误地认为，文化学是大众的学问，是一门不需要什么学术训练大众便能接受的学问。比如，许多大学英语系和传播系开设了跨学科性质的文化学，它们为本科生开设的课程有许多值得商榷的地方。许多课程，从学术的角度看，都属研究生课程，没有相当的理论积累，是不大容易

弄清一些理论的真象的。另外，文化学中的多元因素、相对主义因素，在他们那里都可能解读成对传统学术中的理性因素的强有力的消解。这正是布罗姆在他 80 年代中期发表的轰动一时的《美国心灵之封闭》一书的论点之一。

学科机构的问题

影响研究的另一个问题来自美国的学科机构化。我们在前面提到，美国的学术操作中，三分法是非常明确的：自然科学、社会科学、人文科学。自然科学赖以生存的基础之一是有大量的经费来做实验，这由政府、企业和个人（如基金会）来提供；尽管社会科学能不能被视为象自然科学意义上的科学，在学术界一直有争议，但本世纪中的美国社会科学基本上是走的一条准科学的路子，象社会学和心理学，主要依靠实验、采访、观察，对获取的数据进行科学的统计、分析。社会学与美国政治有着密切的联系，相对来说，要缔定某项政策，主要是凭社会调查，而不是某一两个人的主观判断。这样，某一个社会问题的性质和程度必须由社会科学提供答案。例如，在今天的美国政治话语中，吸烟与吸毒是不是同一性质，要不要全面禁止？虽然这个问题的背后有诸多政治的、经济的因素，但任何一方的争议都必须有科学的数据为基础。这些数据从何而来？大多数情况下，依据现行的社会学方法：抽样调查，控制变量。谁的数据？烟草公司拿出的数据说服力不强，因为它们的数据可能没有经过科学的严格的手段；同样，那些坚决要禁烟的组织或个人所做的调查也有可能经不起推敲。只有以中立的社会学系的数据为准。从最初的电影研究开始，大众传播学成功地吸收和采用了社会学和心理学的最新成果，有说服力地证明了一系列的传播规律，并对缔定政策产生影响。然而，很快人们发现大众传播研究处于令人尴尬的境地：大众传播研究的是传播活动，后者牵涉到新闻和言论自由的问题。也就是说，如果根据研究结果而制定政策的话，有些政策可能会

违背新闻法，因而这些结果就无法采用。^①

如何解决这些问题、丰富大众传播学的研究，是目前摆在西方学者面前的一道难题。这些问题并不能说只有美国才有，从某种迹象看，我们的传播学也有类似的问题。^②然而，与美国影响研究挤压批评和文化研究的情况相反，在中国，大众传播的人文研究似乎占了绝对的上风。将社会科学的视角引进我们的大众传播研究中，不仅是我们学科建设中一件很重要的事，而且是我们认识现代传播现象、制定传播政策必不可少的。

关于建立我们的大众传播学的一点思考

美国的大众传播研究对如何建立我们的大众传播学有着重要的参考意义。今天的中国社会就技术、经济、文化、发展模式等方面有着极其独特的特点：在某些方面与本世纪的美国极其相似。根据现代普遍接受的说法，大众传播这一术语中的“大众”一词并不是指人口，而是指大众社会，以区别于传统的社会。大众传播是与工业化、城市化、现代化联系在一起的。传播的家族式的、村落式的生活被现代工业化的城市生活取代，人们产生了一种心理失衡。媒体首先起到一种社会的连接作用，是一种无所不在的存在。用一句老掉牙的话说，我们生活在一个空气中充满大众传播信息的社会。大众传播是不是在一个社会中起着举足轻重的作用呢？或者由于这种作用，我们就必须将大众传播进行严格的、不分观众差异的控制？从直观上讲，这些问题的答案很简单。然而，如果我们将对传播的影响纳入社会学的视角中，我们

① 当然，传播学的研究结果间接地为社会所用。一个惯常的做法是，社会的有关公民团体如“家长反对电视暴力协会”以大众传播研究的结果为依据，制造公众舆论，给媒体施加压力，让媒体“主动”去做某种调整。这也是美国民权社会的一大特点。

② 比如，北京广播学院主办的《现代传播》杂志在前几年就大众传播学中的定量和定性研究作了有意义的讨论。

也许会发现许多新的东西。

笔者看来，美国传播学的一个重要的贡献是对魔弹理论的扬弃以及对媒体影响进行的有系统的研究。正象本世纪初的美国一样，对传播的恐惧也根深蒂固于我们的文化中。如果不考察媒体影响过程中各种复杂的因素的相互作用，不考察不同的个体由于家庭、教育、社会、阅历的差异性而产生的对媒体的应用和反应的差异性，我们就凭直觉一刀切地制定某种政策，这不是科学的态度。

科学地思考问题、科学地解决问题，对于中华民族来说是一个非常、非常重要的事情。在近代中国思想史上，许多学人都是把科学技术与救国联系在一起的。科学和技术并不仅仅是引进几部汽车或几台计算机，它更是一种世界观和方法论。我们都知道，中国奔向 21 世纪的最大包袱是人口问题，这个问题不仅影响了中国的发展步伐，而且影响了中国民主的选择——温饱论必须成为我们人权概念的基调。然而，如果 50 年代中国听从马寅初的观点，将这种观点作为科学的假设加以论证，再根据论证的结果来制定政策，我们的人口数量也许会少很多，今天中国人对未来的期望也许是另外的图景。

也许我们现在可以安全地说，在我们习惯的动辄就是一套的理论的人文研究的世界之外，还有另一个对于社会的健康发展来说更重要有时看起来是更琐碎的经验研究领域，它要求研究者从小处着手，正像早年费孝通先生在做江村的经济研究的时候那样，脚踏实地地观察、分析、总结。

第一部分

理论、范式与实例

● 二级传播

二级传播：对一种假设的最新报告

伊莱休·卡茨

(Elihu Katz)

对大选进程中决策过程的分析，使得《人民的选择》一书的作者们提出，大众传播中的信息流动可能不像人们通常想象的那样直接。他们认为，这种信息流动可能是大众传媒的影响，首先抵达“观点领袖”(Opinion Leader)，然后观点领袖把自己已读到和听到的信息传递给受其影响的同事们。这个假设被称作“二级传播”。^①

这一假设引起了人们相当的兴趣。作者们自己被该假说对民主社会的含义产生了兴趣。他们感到，人们仍然被他人通过给一接受的方式所成功地说服，大众传媒影响的无意识性和潜力比所预想的要小，这是个好的征兆。对于社会理论和传播研究的设计，该假设提出，现代城市社会的形象需要修正。作为与传媒接通而彼此不相联系的一群个人的受众形象，与二级传播想法逻辑上不一致，二级传播的看法意味着个人之间存在着相互联系的网络，大众传播通过这个网络得以传递。

然而，《人民的选择》一书的所有观点中，二级传播假设可能是实地资料证实最不充分的一个。造成这种状况的原因很清楚：研究设计并未期望人际关系在数据的分析中会发挥重要作用。由于大众传媒研究非常注意受众的个体形象，因而奇怪的事

是人际之间的影响竟吸引了研究者的注意。^②

自进行有关选举研究以来，在大约 17 年中，哥伦比亚大学社会应用研究部所进行的几项研究试图检验这一假设，在这一方面的有所建树。在此我们将对 4 项研究逐一进行评论。这些评论是莫顿（Morton）的关于罗维雷（Rovere）地区的人际影响和传播行为的研究^③，由卡茨（Katz）和拉札斯菲尔德（Lazarsfeld）在迪凯特（Decatur）所作的关于购物、时装、看电影和公共事物方面作决定的研究。^④由贝雷尔森（Berelson）、拉札斯菲尔德和麦克菲（McPhee）所作的关于 1948 年埃尔迈拉（Elmira）竞选运动的研究报告^⑤；以及最近由科尔曼（Coleman）、卡茨和门泽尔（Menzel）所作的关于在医生们中间新药传播扩散的研究。^⑥

这些研究试图报告二级传播假设的现状，检验它被证实的程度，检验它被扩展、缩小和重构的方法，起到一种框架作用。此外，这些研究将被用来去强调这种成功的研究策略：它已被发展为在传播研究的设计中试图采取系统地考虑人际关系问题，最后达到一种“社会关系计量学的调查”（survey sociometry）。最后，这些研究以及其他将被提到的以往的研究，将会提供一个回顾社会研究连续性中的问题的难得机会。^⑦

《人民的选择》中的发现

本评论的出发点必须是对 1940 年选举研究证据的检验，正是该项研究引发和形成了二级传播假设。基本上讲，检验似乎包括 3 类发现。第一类要解决的为个人影响的效果。据报告，那些在竞选中后来下定决心的人，和那些在竞选过程中改变主意的人，比其他人看上去更多地提到了个人的影响，该影响在他们作的决定中起了作用。由每天接触到的群体，（像家庭和朋友）所带来的要承受的政治压力体现在要参考这种群体的政治同一性。

而且，平均每天参加竞选讨论的人，要多于听竞选演说的人和读报纸社论的人。作者们从中得出结论：人际联系比大众传媒在影响投谁的票的方面，更为频繁更为有效。^③

形成假设的第二个成份是关于个人影响的流动路线。假定了人际间影响显现出的重要性，很明显，下一步要问，是否一些人比另一些人在影响的转变中更重要。研究寻求通过两个问题挑选出“观点领袖”：“最近你试图使某人相信你的政治观点吗？”和“最近有人就政治问题向你请教吗？”在对观点领袖和其他人进行比较后，他们发现观点领袖对选举更感兴趣。从观点领袖在各阶级、各职业的大体分布上，以及决定作出者经常提及的受到朋友、同事、亲戚的影响中得出结论如下：观点领袖会在社会的各个阶层中发现，并因此推测观点领袖与他们所影响的人很相似。^④

对观点领袖和其他人在大众传媒习惯上的进一步对比，提供了第三种成份：观点领袖与大众传媒。与其他人相比较，发现观点领袖相当多地接触到收音机、报纸和杂志，即一般的传播媒介。^⑤

现在问题很明确：如果口头表达如此重要，如果口头表达专家分散的范围广泛，如果这些专家比受其影响的人更多地接触到媒体，那么就可能是“观点常常从广播和印刷品流向观点领袖，再从观点领袖流向不太积极的那部分人。”^⑥

选举研究的设计

对决定形成造成冲击的影响流动路线的研究，《人民的选择》的研究设计有一些优点。重要的是对一小组进行调查的方法，这种方法可以使得变化一经发生就能确定下来，然后把变化与抵达决策者的影响相联系起来。其次，效果的单元——决定是变化的实在的指标，它容易加以记录。但是对于影响研究中必须涉及的

人们之间的联系那部分内容，这种研究设计有缺陷，因为研究用的是抽样的个人，这样的个人离开了他们的社会环境。正是在调查研究设计中的这一传统的成份，才解释了从可以获得的资料到二级传播假设之间，需要做出的飞跃。

由于在抽样中的每个人只能说及自己，1940年选举研究中的观点领袖，不得不由自己设计所确定，即是说，在他们自己对上面提及的两个问题回答的基础上确定。^④实际上，回答者只是简单地被问及他们是不是观点领袖。比由这种技术体现的明显的有效性问题的更重的是以下事实：这种作法未允许把观点领袖和相应的其意见者作一比较，而只是笼统地作了观点领袖和非观点领袖的比较。换句话讲，资料数据只有两类统计群体构成：一类是给建议的人，另一类为不给建议的人。因而，观点领袖比非观点领袖对选举更感兴趣，不能用作表明影响是从对选举感兴趣的人施加给对选举不感兴趣的人。这个问题严谨地讲，可能观点领袖只是互相影响，而对选举不感兴趣的非观点领袖人士完全站在影响市场之外。尽管如此，假定非观点领袖是观点领袖的信从者的诱惑是很大的，《人民的选择》对此相当谨慎，但它不得不向这种诱惑屈服。^⑤因而，从观点领袖比非观点领袖更多地接触于大众传媒这一事实出发，就得出了二级传播的设想；然而，很明显，只有当非观点领袖从事实上是观点领袖的信从者时，该设想才是正确的。

作者们指出，一个更好的方法应是建立在以下基础上：“询问人们关于当前问题时，他们向谁咨询，然后再调查研究被咨询者和咨询者之间的互动。但是这个程序如果可行的话，做起来将会是非常困难，因为很少有相关的‘观点领袖’和‘信从者’会正好被包括在抽样者之中。”^⑥正如将会很快展示的那样，这或许是接下去的研究试图要解决的最重要的问题。

三个随后研究的设计

针对这一点，二级传播假设最初阐述的两方面被重新审视：首先，假设已展示对于相应的个人影响的效果，个人影响的流动路线，观点领袖与大众媒介的关系，有3个明显的组成部分。对各部分中所包含的证据已被检验。第二，所进行研究的设计表明，试图把观点领袖与信从者“双方”的影响结合到交叉研究中这一新的基本问题时所出现的困难。

从这一点出发，主要的注意力将转向那些继续着《人民的选择》的后续研究。我们将首先报告被选择加以评论的4项研究中的3项在解决人际间影响的研究设计问题时所选用的方法。^⑤然后，将对一些研究中的实质性的发现加以评论和估价，以便继续就支持或否定二级传播假设所积累的证据进行最新的报告。

1. 罗维雷研究 着手进行这项研究时，正值1940年选举研究刚刚完成。这项研究是3项研究中进行最早的，是在新泽西州一个小镇中进行的。这项研究开始于请抽样得到的86名被调查者列出他们就各种问题咨询和征求建议的人员名单。列出的名单提及了100多人。在100多人中那些被提及4次以上的人被认为是观点领袖。然后找出了这些有影响的人并对他们进行了访问。^⑥

在这项研究中，运用试验性的先行调查，其最初的意图是要解决《人民的选择》在研究设计中存在的问题。为确定有影响的人，罗维雷研究提出，从问一些人“谁影响你”入手，进而从影响这些人的人们中找出被设计为有影响的人。

必须指出本研究与1940年选举研究之间有重要区别。首先，在观点领袖的概念中有区别，在选举研究中，把任何提供建议的人都作为观点领袖，甚至他只影响了另一个人亦是如此（像丈夫告诉妻子应投谁的票）；而在罗维雷研究中，依其标准所挑选出

的观点领袖肯定是影响更大的人士。

其次，1940年选举研究，至少是含蓄地讲出对下类问题感兴趣：在决策中人际影响的程度和角色以及与大众传媒对照它相关的效果。罗维雷研究承认这类影响的重要性，并进而试图发现在这种传递中发挥关键作用的人。

与本研究设计相关的最后一点是：它运用的访问几乎只是为了“确认”观点领袖，几乎没有探讨观点领袖和信从者之间的“关系”。一旦观点领袖被指定，几乎惟一的注意力放在了把他们分类，以研究不同类别的传播行为和观点领袖本身间的互动关系，很少把注意力放在观点领袖和最初提供信息者（指出观点领袖者）之间的互动关系上。

2. 迪凯特研究 该研究进行于1945—1946年，试图把这类研究再向前推进一步。^⑩该研究像选举研究而不像罗维雷研究的是：试图说明在特定场合下作出决定的原因，在该场合下，各种影响所发挥的作用被分辨和评估。像罗维雷研究而不像选举研究的是：该研究对最初抽样者被定为在最近作决定时（包括购买商品、看电影和公共事务）受到影响的人进行了访问。本次研究的焦点不只是放在了观点领袖，而且（1）放在了个人影响的相对重要性上。（2）像把注意力放在观点领袖一样，放在了指出观念领袖者身上，即放在发出建议者和听取建议者的双方。

从构想上讲，那么这一研究可以探讨观点领袖是否有来自自信从者的同一社会阶层的趋势，或影响的趋势是否是从高的阶层流向低的阶层。发出建议者和听取建议者会是同一年龄，同一性别吗？观点领袖比他建议的对象，对他发挥影响的特定领域更感兴趣吗？观点领袖是更多地接触大众传媒吗？

正如发出建议者和听取建议者可以从听取建议者引出发出建议者那样，也可以从相反的方向开始，首先问那些自称为发出建议者，从他们那里确定受其影响的人。迪凯特研究也试图这样做。它使用在选举研究中所运用的自我确定的同样的问题，请那

些自认为有影响力的人提出一个受其影响的人名单。通过“滚雪球”的办法得到了设想要得到的人，这就不仅为研究建议者和接受建议者之间的互动，而且通过那些据说被影响了的人们，探讨了那些自认为有影响的人在自我估价与事实的一致性程度。进行这种研究，研究者希望能够对自我确定技术的有效性作些评论。^⑧

《人民的选择》的作者曾说，“向人们询问他们求教于谁，然后探讨建议者和听建议者之间的关系……如果是可能的话，那也是极为困难的。”而且，事实上，它被证实是极为困难的。许多问题出现于实地调查中，这种情况的结果是：不是所有“滚雪球”式的访问都可以完成。^⑨因而，在数据分析的许多部分中，就必须回复到观点领袖与非观点领袖的对比中，把更大的影响归结于那些自认为观点领袖中的较为集中那群人。然而，在原则上，它显示出，考虑到人际关系的研究设计在实施中既是可能的也是有益的。

从时间上看，很明显这一目标可以达到，目标本身开始变化。它开始考虑到影响链要长于——对建议者与听建议者两者单一的链接似乎更合理；进而把一对的建议者与听从建议者作为一种结构更为复杂的社会群体中的一个组成部分。

这种变化的出现是缓慢的，并出于多种原因。首先，从迪凯特研究和后来的埃尔迈拉研究中的发现揭示：观点领袖本身常常阐明他们自己的决定仍受到其他人的影响。^⑩因而，以观点领袖的高一层观点领袖去思考，开始变得似乎是合乎需要的。^⑪其次，很清楚，观点的引导不能被看作是一种一些人具有，而另一些人不具有的“特长”，虽然选举研究有时暗示了这一观点。反之，似乎相当明显，观点领袖在某些时候，某些实在的地区，某一方面以凭借他被群体中其他成员“授权”成为领袖，才发生影响的。一些人被选为观点领袖的原因不仅必须要考虑到人口统计的指标（社会地位、性别、年龄等），而且要考虑到群体建议者和

听取建议者都是该群体成员群体的结构和价值观。这样，当传统群体面临都市化和工业化的新形势时，该群体中未曾料想的年轻人成为引导人们观点的情况，只有对照群体内社会关系新老模式的背景，对照对外部世界群体的倾向的新老模式背景，就可以理解了。^②在回顾了对小群体研究的文献之后，就进一步增强了这一概念的形成。^③

另一个因素也构成了新研究项目的方向。反思迪凯特研究，很清楚，当一个人可以谈及“由个人做出时尚决定”中各种影响的作用时，时尚作为一种扩散的过程，只要它没有考虑到决策的内容或包含的时间因素，该研究设计对整体的时尚研究就不充分。在迪凯特所研究的“时尚改变者”的决定可能会互相抵消：当女士甲报告说她从时尚A变到时尚B，而女士乙可能正在报告正在从时尚B变到时尚A。在时尚中所包含的真理适合于其他任何扩散现象：为研究它，人们可以追索一些当时特定的时尚。把对扩散的兴趣结合在一起，出现了一种新的研究，这种研究将集中于以下方面：（1）一种特定的项目（2）以后的扩散（3）通过一个整个社区的社会结构。

3. 药品研究 进行这项研究是要确定医生决定采用新药的途径。这一次，在要设计一项考察人际影响在内科医生中作用的研究时，很清楚的是内科医生人数很少（1000人中不到1.5人），以至于在一些城市中访问医务界的所有内科医生是可行的。如果所有的医生（或者与研究问题相关专业的所有医生）可能被访问，那么无疑每对建议者和听取建议者都会在研究样品之内。所有这些对建议者和听取建议者就会处于较大的医生社会群体的环境之中，这就可能用社会测量的方法加以测定。

对4个中西部城市中相应专业的医生进行了调查访问。在询问了背景、态度、用药、接触各种信息源和影响等方面的问题之外，还请每位医生列出3位他在社会场合看见最多的同事，3位最经常与自己讨论病例的同事，3位他最经常寻求信息和建议的

同事。^④

除了有机会画出人际关系网络图外，药品研究也为真实的扩散研究提供了两个其他的必须的因素：在获得承认过程中，注意力放在了一个特定的项目上以及当时这种扩散的记录。这些工作通过查阅本项目研究所在城市的当地的药店处方得以完成，这使得指明各位医生最早使用一种特定的新药的日期成为可能，这种新药在本项研究开始前的几个月内已获得了广泛的接受。这样依照对新发明作出决定的反应快慢情况，依照由查阅处方所提供的其他信息，对每位医生作出分类。

总之，对照先前的研究，药品研究对作出决定包括了一个更为客观的框架（既是心理的又是社会的）。首先，在关于决策方面，决策者本身不是惟一的信息来源。来自处方记录的客观数据也被使用了。其次，不同影响的作用评定不仅仅依据决策者自己对结果的构架，而且依据客观的相互关系，从这种相互关系中，可以得出有关影响流动路线的推理。例如，早采用新药的医生比晚采用新药的医生更喜欢出城参加特定的医药卫生会议。

同样，也使得不仅仅从医生自己的证言中，而且也可以从医生在人际网络由社会测量问题所画出的所处的位置中，推断医生做决定时社会关系所发挥的作用成为可能。这样，在社会测量所获得数据的基础上，使得依据医生一体化于医药卫生圈子，或受其影响程度，来对他们进行分类成为可能。这些数据由他们同事被列为朋友、讨论的伙伴和顾问的“次数”测定出来。也可以依据他们是哪一个网络或小集团的成员来把医生们分类。属于哪个网络或小集团是由“谁”列出他们名字来表示的。运用第一种测量，使得调查出是否较有影响的医生采用新药要比那些影响不大的医生更早成为可能，从第二种分析，我们可以知道是否那些属于同一小群体的医生有类似的使用药品的模式。运用这种方法，就可能以医生关于作决定和所受的影响的自己的陈述为一方，以他作决定和所受影响已经暴露出来的更为客观的记录为另一方，

从两方之间形成结论。

注意到本研究中形成的社会关系网络得要“先于”被研究的新药的引入，其意义在于朋友关系、请教等的记录独立于医生所作的任何特定的决定。该研究关切的是被测量的社会结构的各个部分之间对影响传递的潜在关联。例如，有可能揭示出结构中那些对引入新药是“活性”成份，是可能描述药品被社区的个人和群体所接受的扩散连续序列。由于迪凯特研究可以希望检验的只是特定的对一个决定具有影响力的面对面的关系，药品研究，可以对照由医生们所联结成的“潜在”地相关联着的全部关系网络，来确定这种关系。

《人民的选择》之后各项研究的发现

在检验了这些研究的设计之后，下一步就是要探索一下到目前為止与二级传播假设相关的发现。回到我们在讨论《人民的选择》时已选出的3类问题将有助于我们说明新发现。这3类问题是：(1)个人影响的作用；(2)个人影响的流动路线；(3)观点领袖与大众传媒。从上面叙述过的3个研究，从1948年的埃尔迈拉研究，^⑤以及其他研究的证据都放在此处讨论，但是在估价提出的各条证据时，必须要记住各项研究设计的特点。

A 个人影响的作用

1. 个人的影响与大众传媒的影响 1940年的研究认为，个人的影响比大众传媒的影响对投谁的票所起的作用更大，特别是对那些在竞选过程中改变了主意的人是如此。迪凯特研究在3个领域里即在市场、时尚和看电影，继续探索个人影响和大众传媒的影响。依据决定作出者本人证词所作的总结，和使用一种工具以评估进入决策不同媒介的相对重要性，迪凯特研究再次发现个人的影响比任何大众传媒更经常和更有效。^⑥

对于数据的分析中，药品研究没有从医生自己（什么影响了其决策的重构），来探讨不同媒介相对效果的问题。仅仅对照提及的不同媒介的次数，很清楚，同事决不是最经常提到的信息来源。尽管如此，对医生采用药品决定早晚的相关因素的探讨表明：与采用新药时间最强相关的因素是医生一体化于医务社区的程度。这就是说，一位医生越是经常被其同行作为朋友或讨论对象所提及，他就越像是一个在使用新药方面的革新者。一体化的程度被证实是一个比任何背景因素（像年龄、毕业的医学院或病人的收入），比任何其他探讨的影响源（像阅读医学杂志）都更为重要的因素。

对为什么一体化与革新相关的探讨，指出了两种中心因素：（1）人际之间的交流——一体化的医生有更多的互相联系，更为现代。（2）社会支持——一体化的医生当面对在医学上运用新发明的危险时，有更多的安全感。^⑥这样药品研究也提供了个人的关系有重要影响的证据——甚至在作出科学的决定上亦是如此。

2. 初级群体中观点的相似性 正如评论过的各研究所揭示的那样，人际间影响的效果反映在初级群体中观点和行为的相似性中。初级群体的交流，根据界定是人对人的交流。关于选举的两项研究都表明，在同一家庭的成员中，在工友中和朋友中，其政治观点高度一致。这类初级群体在把潜在背离本群体观点者拉回来的效果由下列事实得以展现：那些改变选举意向的人都是那些在竞选初期曾说他们倾向与自己家庭、朋友投不同票的那些人。^⑦

药品研究也能检验出社会测量到的相关医生们的行为上相似的程度，也能展示存在着一种同样行为可能是人们所期望的环境。例如，发现当请求处理较为疑难疾病时，医生很可能开出与社会关系密切的同行们的同样处方。该研究还表明，在使用新药历史的初期，在社会测量中有联系的、有创新精神的医生们有几乎同一时间采用了新药的倾向。面对一个清楚或不确定的需要采

取行动的环境，互动的人们中其观点或行为相似的现象，经常被社会学家和社会心理学家所研究。^⑤

3. 媒介的各种作用 1940 年的选举研究探讨了为什么个人的影响可能会在改变观点方面比大众传媒更有影响力的一些原因；个人的影响经常不是故意的；它是灵活的；它是可依赖的。该研究并提出大众传媒更经常起到一种在加强的倾向，加强已经做出的决定的巩固作用。尽管如此，该研究假定各种媒介与个人影响本质上处于竞争之中，其含义即是一个相应的决定受到他们其中一方的影响。迪凯特研究也倾向于这一假设，但是在一点上，该研究的确试图表明不同的媒介在决策过程中发挥着作用，并在一系列的影响中占有模式化的地位。药品研究对媒介作用进行了进一步的深入研究，并区分出“告知”性媒介和“合法”性媒介。因而在医生的决策中，专业性的媒介（包括同事），似乎是发挥着一种合法的作用，而商业性媒介发挥着一种告知性作用。

B 个人影响的流动路线

1940 年选举研究发现，观点领袖不是集中于人们的上层阶层，而是几乎比例平均地散布于每一社会群体和阶层。这一发现导致在后续的研究中做出努力，以确定在竞选以外领域这种情况的真实程度，以及查明是什么“才”区分开观点领袖和受其影响者。

从一系列我们所评论的研究中，弄清楚的第一个问题是：关于传递影响的主题与决定谁会领导观点、谁会追随观点大有关系。罗维雷研究指出，在一个公共事务的宽阔的范围内，一群有影响的人物在“当地”事务中据有影响力，另一群人在“世界”事务中据有影响力。^⑥迪凯特研究指出，例如在市场购物方面，领导观点的人集中在大家庭中的年长的妇女，而在时尚和看电影方面，正是年轻的、未婚的女孩获得了与她们不相称的机遇，成

为提供建议者。在领导观点方面几乎没有重叠：在一个领域的观点领袖，不会也成为在另一个不相关领域内有影响的人士。^③

然而，甚至当在一个或另一个领域中的观点领袖集中在一特定群体的成员中时（正如在迪凯特研究中市场购物的观点领导的个案），证据表明，人们中大多数人仍然与自己相似的人谈话。这样，虽然市场购物方面在“大家庭年长的主妇”的观点领袖也影响着其他类型的妇女，但大家庭年长主妇的影响是直接传给与她们年龄相当、同样家庭的妇女。而且在市场购物、时尚、看电影方面，察觉不到有影响的人物集中于上、中、下三个社会经济阶层的任何一个阶层。只是在公共事物中，观点领袖集中在最高阶层的人士中，并且有少量的证据表明，影响是从这一群体流向低层的个人中。埃尔迈拉研究也发现，在每一社会经济层次上，和每一职业层次上都存在着类似比例的观点领袖，并发现关于竞选运动的谈话，典型地都是进行在同样年龄，同一职业和相同政治观点的人们中间。

是什么造成了在一观点群体内某类观点领袖的集中呢？当有影响的人和被影响的人在外表上相似（他们似乎常常是如此），那么究竟是什么划分出有影响的人和被影响的人呢？泛泛地讲，似乎与下面几方面有关：（1）某些价值观的体现（这个人是谁）；（2）能力（他知道些什么）；（3）战略性的社会位置（他认识谁）。社会位置反过来决定了他在群体内知道谁，以及他在群体外知道谁。

影响常常成功地加以传递，因为被影响者想要尽可能地成为像影响者那样。^④年轻的、未婚的姑娘成为时尚的观点领袖，可以在一种年轻和青春具有极高价值的文化中很容易被理解。这就是“这个人是谁”占有重要地位的例子。

但是，“他知道什么”并非不重要。^⑤事实是年长的妇女由于具有更多经验的优势，被看作是市场购物的参谋，以及那些使用内服药的专家们——临床内科医生中最有“科学”知识的人——

是最经常被提到的医生们中的观点领袖。在看电影领域中青年人的影响，依照他们对影响圈熟悉也可以得到完全的理解。埃尔迈拉研究发现领导观点更为集中在各社会经济阶层中受到更多教育的人中，这再次意味着能力的重要性。最后，在罗维雷研究中“世界主义者”的影响取决于他们有大量信息的假设。

然而，要成为一个别人竭力效仿的人，或成为胜任观点领袖的人还是不够的，该人还必须容易接近。因而，迪凯特研究发现爱交际（“他认识谁”）与各种观点领导相关。罗维雷研究报告说，“当地”有影响人士的领导是基于他们人际交往网络中所处的中心位置。与此相似，关于谣言传递的研究也选拔出那些“社会上活跃”的人成为谣言的代理人。^④

当然了，他认识谁的重要性不单单是与观点领袖有联系人员的数量。还有一个问题是与观点领袖有接触的人，是否恰巧其感兴趣的领域正是观点领袖所具有领导力，并被他们寻找的领域。出于这个原因，很清楚，观点领袖对于可施加影响的问题较为感兴趣，并不足以解释他们的影响。由于选举研究以及迪科特研究表明，观点领袖一般对某一问题更感兴趣，而迪科特研究则进一步表明，单独兴趣并不是一个决定性的因素。^⑤例如，在时尚方面，一位年轻的未婚姑娘很可能要比一个年长的、对服装有同等兴趣、有威望、有地位的已婚妇女的影响要大得多。提出的理由是：对时尚感兴趣的姑娘很可能比一位对时尚同样感兴趣的年长的、有威望、有地位的已婚妇女，更多地知道与她共有偏好的人。因而，就更可能比已婚主妇有更多的信从者，这些信从者有足够的兴趣听从她的建议。换句话说，作为一名观点领袖由两方面构成——一位领导和一位信从者。

最后，“他认识谁”还有第二方面。一个人可能成为有影响的人，不仅仅是因为在他群体中的人们找他，听一听他的建议，而且因为他知道本群体外的人。^⑥埃尔迈拉研究和迪凯特研究者发现，男人比女人在公共事务领域更可能成为观点领袖，这是因

为男人有更多的机会走出家门，见到一些人与他们谈论政治。埃尔迈拉研究指出，观点领袖比其他人属于更多的组织，更多地经常认识一些政党的工作人员等等。药品研究发现，有影响力的医生可以把其特点归结为，他们更多地离开本市参加外边的会议，会议的地点有多处。他们与这些会议和地方（特别很远的地方）保持着联系。很有趣的是，一项关于在衣阿华州推广杂交玉米种中农民与发明者之间责任的研究总结到：这些观点领袖其特点也可以归结为，他们相对多地到城镇外出差旅行。^⑥

C 观点领袖与大众传媒

二级传播假设的第三个方面认为，观点领袖比受他们影响的人更多地接触到大众传媒。在《人民的选择》中，这一观点通过引用观点领袖和非观点领袖接触大众传媒的活动得到了支持。

迪凯特研究证实了这一发现，并继续探讨了该观点的其他两个方面。^⑦首先，研究显示，在特定的领域（时尚、公共事务等）的观点领袖特别喜欢接触该领域相应的媒体。这一点基本上在罗维雷的研究中得到了证实。该研究发现，那些被证明在有关“世界性”事务有影响的人，更多的是国家新闻杂志的读者，但是对那些在“当地”事务有影响的人却全然不是这样。其次，迪凯特研究表明，至少在时尚领域，观点领袖不仅更多地接触大众传媒，而且在他们自己作决定中，受到了大众传媒更多的影响。在其他领域情况不是这样，在这些领域的观点领袖，虽然他们比非观点领袖更多地接触大众传媒，尽管如此，报告说，个人的影响是他们决策中的主要因素。这说明，在一些领域，人对人的影响链相当长，并非一人影响了另一人就停止了。尽管大众传媒发挥的影响可以在许多点上觉察到，但在断定大众传媒的任何决定性影响之前，这种人对人影响链可能必须要加以追溯。埃尔迈拉研究也指出了这一点。该研究发现，虽然观点领袖接触到更多的大众传媒，但他们更经常地报告说，他们从其他人那里寻找信息和

建议。^⑨

药品研究同样地表明：有影响力的医生比那些影响力差的医生更可能是大量专业期刊的读者和更高地估价这些期刊。但是同时，他们像其他医生一样必须说，在他们作出特定的决策时，当地的同行是信息和劝告的一种重要的来源。

最后，药品研究表明，较有影响力的医生可以把其特征概括为不仅更多地注意医学杂志，而且注意参加本市镇以外的会议及注意与市镇外的联系，这一发现在前面论及观点领袖关于“群体之外的世界”的战略位置时已经讨论过了。在目前的题目下，再次考虑这一点就说明：观点领袖接触大众传媒较多，可能只是观点领袖通过恰巧合适的媒介，起着把其群体与环境中的部分联系起来这一较为一般性主张的，一个特定的例子。这一更为一般性的论述把大城市报纸对迪凯特研究中时尚观点领袖的类似功能阐明清楚了；把全国性新闻杂志对罗维雷研究中“国际问题”上有影响人士的类似功能，参加外州市医学会议对有影响的医生的类似功能，以及与外市联系对衣阿华研究^⑩中农民与发明者，以及对全世界欠发达地区新兴的年轻的观点领袖^⑪的类似都阐明清楚了。

结 论

尽管各研究所关注的课题多种多样，本文所评论的各研究在研究设计和理论上承诺构成了连续性和积累性的一个实例。把依照二级传播假设最初论述所进行的最新研究的发现凑集在一起，使我们得到了以下情况。

观点领袖与受其影响的人们非常相像，并典型地属于家庭、朋友、工友等同一初级群体。由于观点领袖可能更感兴趣于他具有影响力的特定领域，因而被他影响的人会在其兴趣层次上与观点领袖有很大差距是非常不可能的。影响者与被影响者在不同

的影响领域可能会变换角色。在大多数领域，群体的注意力是聚集在该群体外世界的一些相关部分，通过任何合适的媒介把本群体与群体环境的相应部分联系起来是观点领袖的功能。在每个案例中，有影响力的人被发现他们与外部世界联系点接触较多。然而，尽管大多数观点领袖接触媒体较多，但基本上不是被传媒所影响，而依然由其他人所影响，这也是准确的。

二级传播假设的主要强调点似乎只体现在人际关系这一个方面——人际关系作为传播的渠道。但是从几个评论过的研究中，可以清楚看到，完全相同的人际关系至少从两种附加的方式影响着决策的形成。人际关系在起到传播网络的作用之外，它还是遵守群体的思维方式和行为方式的一个压力来源，也是社会支持的来源。群体压力发挥作用清楚地情况不明朗或不确定时，在投票者和在医生们中间所观察到的观点和行动的一致中得到了证实。那种来自一体化于医务社区的社会支持给予了一名医生执行一项接受一种新药决策所要求的信心。这样，人际关系是：(1)信息的渠道；(2)社会压力的来源；(3)社会支持的来源，以及每方面都用有些不同的方法把人际关系与决策联系起来。^⑥

本文评论了的各研究方法方面的核心问题一直是如何考虑到人际关系，而又仍然维持着节省和随机的剖面的抽样所提供的代表性。对这个问题有多种回答：从请抽样中的个人去描绘与其交往的其他人（埃尔迈拉），对影响者——被影响者成对的“滚雪球式”的采访（迪凯特），访谈全部社区（药品研究）。将来的研究将可能发现自己处于这些研究的中间。然而，对大多数研究，指导性原则应似乎是在抽样中围绕着每个个人原子建立更大的或更小的社会分子。^⑦

（关世杰译，译自：*Public Opinion Quarterly*, 1957, 21, 61-78.）

注释：

① Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, *The People's Choice*, New York: Columbia University Press, 1948 (2nd edition), p. 151.

② For the discussion of the image of the atomized audience and the contravening empirical evidence, see Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Glencoe, Illinois: The Free press, 1955, pp. 15—42; Eliot Friedson, "Communications Research and the Concept of the Mass", *American Sociological Review*, vol. 18, (1953), pp.313—317; and Morris Janowitz, *The Urban Press in a Community Setting*, Glencoe, Illinois: The Free Press, 1952.

③ Robert K. Merton, "patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and Communications Behavior in a Local Community," in Paul F. Lazarsfeld and Frank N. Stanton, eds., *Communications Research*, 1948—1949, New York: Harper and Brothers, 1949, pp.180—219.

④ Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *op. cit.*, Part Two.

⑤ Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsfeld and William N. McPhee, *voting: A Study of opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago: University of Chicago Press, 1954.

⑥ A report on the Pilot Phase of this study is to be found in Herbert Menzel and Elihu Katz, "Social Relations and Innovation in the Medical Profession," *Public Opinion Quarterly*, vol. 19, (1955), pp.337—352; a volume and various articles on the full study are now in preparation.

⑦ Other authors who have drawn upon the concepts of opinion leadership and the two-step flow of communication, and developed them further, are Matilda and John Riley, "A Sociological Approach to Communications Research," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 15 (1951), pp.445—460; S. N. Eisenstadt, "Communications Processes Among Immigrants in Israel," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 16 (1952), pp.42—58 and "Communication Systems and Social Structure: An Exploratory Study," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 19 (1955), pp.153—167; David Riesman, *The Lonely Crowd*, New Haven: Yale University Press, 1950; Leo A. Handel, *Hollywood Looks at*

its Audience, Urbana: University of Illinois Press, 1950. The program of research in international communications at the Bureau of Applied Social Research has given considerable attention to opinion leadership; see Charles Y. Glock, "The Comparative Study of Communications and Opinion Formation," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 16 (1952-1953), pp. 512-523; J. M. Stycos, "Patterns of Communication in a Rural Greek Village," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 16 (1952), pp. 59-70; and the forthcoming book by Daniel Lerner, Paul Berkman and Lucille Pevsner, *Modernizing the Middle East*. Forthcoming studies by Peter H. Rossi and by Robert D. Leigh and Martin A. Trow are also concerned with the interplay of personal and mass media influences in local communities.

⑧ Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, *op. cit.*, pp. 135-152.

⑨ *Ibid.*, pp. 50-51.

⑩ *Ibid.*, p. 51.

⑪ *Ibid.*, p. 151.

⑫ Strictly speaking, of course, if a respondent reports whether or not he is a leader he is not speaking for himself but for his followers, real or imagined. Furthermore, it ought to be pointed out for the record that it is sometimes possible for a respondent to speak for others besides himself. The voting studies, for example, ask respondents to report the vote-intentions of other family members, of friends, of co-workers, though this procedure is of undetermined validity.

⑬ There is an alternative procedure which is something of an improvement. Respondents can be asked not only whether they have given advice but whether they have taken advice. This was done in the Decatur and Elmira studies which are cited below. Thus the nonreaders can be classified in terms of whether or not they are in the influence market at all, that whether or not they are "followers."

⑭ Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, *op. cit.*, pp. 49-50.

⑮ The Elmira study will be omitted at this point because its design is essentially the same that of the 1940 voting study except for the important fact that it obtained from each respondent considerably more information about the vote-intentions of others in his environment, each kind of people he talks with, etc.,

than was done in *The People's Choice*.

⑫ Merton, *op. cit.* pp.184 – 185.

⑬ Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*, Part Two.

⑭ About two-thirds of the alleged influences confirmed the fact that a conversation had taken place between themselves and the self designated influential on the subject-matter in question. Of these, about 80 per cent further confirmed that they had received advice. The extent of confirmation is considerably less in the realm of public affairs than it is in marketing or fashion. *Ibid.*, pp. 149 – 161 and 353 – 362.

⑮ Partly this was due to inability to locate the designated people, but partly, too, to the fact that original respondents did not always know the person who had influenced them as is obvious, for example, in the case of a woman copying another woman's hat style, etc. See *Ibid.*, pp. 362 – 363.

⑯ *Ibid.*, p. 318; Berelson, Lazarsfeld and McPhee, *op. cit.*, p. 110.

⑰ This was actually tried at one point in the Decatur study. see Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*, pp.283 – 287.

⑱ See, for example, the articles by Eisenstadt, *op. cit.*, and Glock, *op. cit.*; the Rovere study, too, takes careful account of the structure of social relations and values in which influentials are embedded, and discusses the various avenues to influentiality open to different kinds of people.

⑲ Reported in Part I of Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*

⑳ See footnote 6.

㉑ Berelson, Lazarsfeld, and McPhee, *op. cit.*

㉒ Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*, pp.169 – 186.

㉓ On the relationship between social integration and self confidence in a work situation, see Peter M. Blau, *The Dynamics of Bureaucracy*, Chicago: University of Chicago Press, 1995, pp.126 – 129.

㉔ Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, *op. cit.*, pp.137 – 145; Berelson, Lazarsfeld and McPhee, *op. cit.*, pp.94 – 101, 120 – 122.

㉕ That men, faced with an unstructured situation, look to each other to establish a "social reality" in terms of which they act, is a central theme in the

work of Durkheim, Kurt Lewin and his disciples, H. S. Sullivan ("Consensual validation"), and in the studies of Sherif, Asch and others.

③ Merton, *op. cit.*, pp.187-188.

④ For a summary of the Decatur findings on the flow of interpersonal influence, see Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*, pp.327-334.

⑤ That leaders are, in a certain sense, the most conformist members of their groups—upholding whatever norms and values are central to the group—is a proposition which further illustrates this point. For an empirical illustration from a highly relevant study, see C. Paul Marsh and A. Lee Coleman, "farmers" Practice Adoption Rates in Relation to Adoption Rates of Leaders," *Rural Sociology*, Vol. 19 (1954), pp.180-183.

⑥ The distinction between "what" and "whom" one knows is used by Merton, *op. cit.*, p. 197.

⑦ Gordon W. Allport and Leo J. Postman, *The Psychology of Rumor*, New York: Henry Holt, 1943, p.183.

⑧ Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*, pp.249-252.

⑨ It is interesting that a number of studies have found that the most integrated persons within a group are also likely to have more contacts outside the group than others. One might have expected the more marginal members to have more contacts outside. For example, see Blau, *op. cit.*, p.128.

⑩ Bryce Ryan and Neal Gross, *Acceptance and Diffusion of Hybrid seed Corn in Two Iowa Communities*. Ames, Iowa: Iowa State College of Agriculture and Mechanic Arts, Research Bulletin 372, pp. 706-707. For a general summary, see Ryan and Gross, "The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities," *Rural Sociology*, Vol. 8 (1942), pp.15-24. An article, now in preparation, will point out some of the Parallels in research design and in findings between this study and the drug study.

⑪ Katz and Lazarsfeld, *op. cit.*, pp.309-320.

⑫ Berelson, Lazarsfeld and McPhee, *op. cit.*, p.110.

⑬ Ryan and Gross, *op. cit.*, choose to explain "trips to the city" as another index of the non-traditional orientation of which innovation itself is also an index. In the case of the drug of-town meetings, trips to out-of-town centers

of learning, etc., but the latter were also mentioned as key sources of advice by doctors who were innovators and influentials. Sources of advice by doctors who were innovators and influentials.

④ See the forthcoming book by Lerner, *et al* cited above.

⑤ These different dimensions of interpersonal relations can be further illustrated by reference to studies which represent the "pure type" of each dimension. Studies of rumor flow illustrate the "channels" dimension; see, for example, Jacob L. Moreno, *Who Shall Survive*, Beacon, N. Y.: Beacon House, 1953, pp. 440-450. The study by Leon Festinger, Stanley Schachter and Kurt Back, *Social Pressures in Informal Groups*, New York: Harper and Bros., 1950, illustrates the second dimension. Blau, *op. cit.*, pp. 126-129, illustrates the "social support" dimension.

⑥ Various ways of accomplishing this have been discussed for the past two years in a staff seminar on "relational analysis" at the Bureau of Applied Social Research. The recent study by Seymour M. Lipset, Martin A. Trow and James S. Coleman, *Union Democracy*, Glencoe, Ill.: The Free Press, 1956, illustrates one approach in its study of printers within the varying social contexts of the shops in which they are employed. The study by Riley and Riley, *op. cit.*, is another good example.

● 二级传播

一则新闻扩散中大众传媒 和人际传播的作用

奥托·N. 拉森
(Otto N. Larsen)
理查德·J. 希尔
(Richard J. Hill)

传播学知识系统发展中的一个必要的成份是对这一动态行为各方面的描述。尽管致力于这种描述性的文献多种多样，但没有多少研究传播问题的学生会认为这些文献是无需补充了。本研究试图集中就“新闻是如何扩散的？”这一问题，为描述性资料增添内容。与米勒（Miller）1945年的研究相似，^①本研究所观察的是一则一位国内政治人物逝世新闻的扩散。

1953年7月31日星期五上午7点30分，参议员罗伯特·A. 塔夫脱（Robert A. Taft）在一所纽约市医院去世。塔夫脱被称作“共和党先生”，在美国政界有着长期和出色的经历。他去世的消息通过大众传媒闪电般地传遍了全国。估计传媒效果的方法将会发现：人们通过什么渠道得知了这则消息；这则消息传遍各地用了多少时间；为追加信息参考了什么资料；人际传播对信息的扩散促进程度有多大。这种传播过程（通过这个过程，地方各社区得知了具有全国意义的新闻）的研究，可以更清晰地界定出现在现代社会传播传媒的作用。此外，还可以观察到社区内部互

动和影响模式的特点。本文对“谁得知了新闻，什么时间，通过什么渠道，以及得知了这则消息如何影响了后续的传播行为”等一系列问题，作了一些描述性的回答。

调查的对象

对新闻扩散的直接性研究报道不多，对听、看、读习惯的研究有很多。本材料认定来自不同社会阶层注意和看见大众传媒的内容的方式上存在着差异。^②一般来讲，接触到像公共事务这样严肃内容的量，倾向于与教育 and 经济层次升高有关。为了探索与新闻扩散相关的所指阶层上的差异，本研究选择了有显著差异两社会阶层作为研究的对象。

大学教职员社区 第一类调查的人由住在华盛顿大学教职员宿舍区的成年居民组成。这一职业性的社区包括 100 户单元房，在调查时有 78 户入住。这些单元房的月房租是 50—60 美元。

劳动阶级、种族混合社区 选择的第二类调查对象由住在西雅图靠近工业区的低租金住房区的成年居民组成。这个劳动阶层的社区包括 334 户单元房。在调查时有 176 户入住。这此单元房的月租为 30 至 36.5 美元。其中入住者的一半是白人，另一半由有色人种居住，其中大多数为黑人家庭。不同种族的居民没有被隔离。在这一社区所访问的被调查者上学受教育平均为 9.8 年。^③

最初的新闻报道

塔夫脱逝世的首次报道大约在上午 7 点 45 分通过主干有线电话到达西雅图。大约在上午 8 点钟，市内 6 家主要广播电台至少播送了一次这则新闻。随后 3 个小时其他大众传媒未能报道该

消息。当天上午 10 点 45 分，西雅图地区首次电视节目报道了这一消息。报道该消息的第一份报纸在下午 2 点 30 分出现在城区的售报亭。^④

访问的调查样品

在首次报道塔夫脱逝世后的 24 小时，在大学教职员社区进行了民意调查，以确定该新闻扩散的范围和方式。为此进行了 147 次调查访问。^⑤我们试图采访该社区的全部成年人，即单独地采访每户中的丈夫和妻子。

在星期一晚上（在上星期五该新闻发出后），我们就劳动阶级社区交错入住居民进行了详细讨论。我们进行了 137 次采访。采访者再次从各户成年的男性和女性居民中获得了独立的信息。

正如上面所提及的，采访的劳动阶级取样的时间比教职员大约晚了 2 天到一天半。由于这种差异，劳动阶级取样的报告可能受到了记忆误差影响的程度要比教职员社区采访取样的大。然而，胜任调查工作的调查人员的精心调查，试图促进被访者获悉该新闻经历的重构。另一个是由于采访时间不同所带来的问题，采访时间的不同为劳动阶级的被采访者提供了更多的与他人讨论特定新闻的机会。对来自两个不同调查人群的报告做解释分析时，必须要记住这一局限性。

发 现

新闻扩散的程度 有多少人知道了这条新闻？两组被调查者中的绝大多数都知道了参议员塔夫脱去世的消息（教职员中的 88%，劳动阶层的 93%）。^⑥在教职员社区，男性与女性知道该新闻的比例几乎相等。而在劳动阶级社区，男性比女性知道该新闻

的比例稍高。在知晓方面的性别差异，像在两个社区间的知晓差异一样，不具有统计学上的重要性。当对劳动阶级社区的白人和非白人加以分开考虑时，显现了显著的差异：99%的白人和86%的非白人知道了该新闻。这样在劳动阶级社区的白人是在两个社区中惟一信息最灵通的群体。劳动阶级社区的白人与教职员社区的全体教职员之间的差异，以及在劳动阶级社区内白人与非白人之间的差异是显著的，超过了.01置信水平（level of confidence）。

新闻的最初来源 知道新闻者怎么知道新闻的呢？通过什么渠道他们首先得知了该新闻？表1列出了各社区成员通过各传媒得知参议员塔夫脱去世消息的比例。在这个表中，以下的模式可以注意到：（1）在两个社区收音机的主导作用；（2）在劳动阶级社区电视的相对重要性，在教职员社区人际传播的相对重要性；（3）教职员中的男性和女性最初得知该新闻的模式相似，而在劳动阶级社区男性和女性最初得知该新闻的模式不相似；（4）在劳动阶级社区白人和非白人获得该新闻的模式相似。

表1 通过各传媒得知参议员塔夫脱去世消息人员的比例

传媒	大学职员社区			劳动阶级社区				
	总比例	男	女	总比例	男	女	白人	非白人
收音机	.54	.50	.58	.43	.34	.49	.42	.45
电视	.05	.03	.06	.25	.14	.32	.23	.27
报纸	.06	.08	.04	.15	.28	.07	.13	.18
人际传播	.35	.39	.31	.17	.24	.12	.22	.11
总数	129	62	67	125	50	75	69	56

收音机是惟一最重要的新闻来源。教职员社区的54%、劳动阶级社区的43%的被调查者报告收音机是他们最早的新闻来源。收音机不仅对社区一般调查者是最重要的，而且是这些被调

查者内所有亚群体最重要的最早新闻源。由于教职员社区，两社区的女性、劳动阶级社区非白人从收音机中得知新闻的比例要比相应其他被调查者高，这些群体之间的差异不具有统计学上的重要性。收音机比起其他大众传媒的优势，无疑部分地是归于以下事实：收音机垄断了新闻大众传媒传送至少达3个小时。

收音机在最初向两社区人们传递新闻中，发挥着相似的主导作用，而其他大众传媒在两社区发挥着非常不同的作用。在劳动阶级社区接受由电视传递新闻的人比教职员社区多（25%对5%），而在教职员社区，通过由人际传播传递的新闻比劳动阶级社区要多（35%对17%），这些差异都很有意义，超过了.001的置信水平。报纸被当作最初的新闻源在劳动阶级社区为15%，在教职员社区为6%，这一差异有意义，超过了.05的置信水平。在解释本研究中报纸只发挥了次要的最初新闻源时，必须要记住，大众从报纸上看到新闻时，新闻已经至少发生有7个小时了。

在使用传媒方面，两性间有哪些差异？关于获知新闻的最初新闻源方面，在教职员社区内，男性和女性之间没有发现存在着有意义的差异。然而，在劳动阶级社区，女性通过电视获知新闻的人数明显地要多于男性（ $p < .05$ ），而男性通过报纸最初获知新闻的程序明显地大于女性（ $p < .01$ ）。正如我们在表1中所看到的，在两个社区中都似乎存在着一种趋势：女性从收音机中得知新闻的人数要大于男性，而男性通过人际交流渠道和报纸得知新闻的人数要大于女性。这种差异完全可能是真实的，可能会以更大的取样体现出来。然而，在目前的情况下，除了两个已提到的例外，性别之间使用传媒的差异不具有统计学上的意义。

得知新闻的时间 参议员去世的第一条新闻是星期五早上7点45分才播出，什么时候人们得知这则新闻的呢？两个社区调查对象及对象中各亚群体获知该新闻时间中位数如下：

获知新闻时间的中位数

大学教职员	上午 10: 46
男性	上午 11: 05
女性	上午 10: 34
劳动阶级	下午 4: 00
男性	下午 4: 42
女性	下午 2: 00
白人	下午 3: 59
非白人	下午 4: 00

这样，教职员社区获知该新闻比劳动阶级社区要早得多，两个社区中的女性听到该新闻要早于男性，白人和非白人获知该新闻在实践上没有差异。

两个社区的获知该新闻的频数分布都是 3 个众数。这些众数出现在清晨、中午和靠近中午的午前。这种模式反映了社区日常生活的常规，并大体上表明，人际交往增多的时间和可以接触到大众传媒的时间。尽管在两个社区情况进行的不同，但在两个社区一天的每一小时实际上都有一些新的听到该新闻的人。这与米勒的发现形成了对照。米勒观察到，罗斯福总统逝世的新闻在一个小时之内传到了 90% 以上作为学生的调查对象。在本研究个案中，最终达到 90% 的人都知道该新闻在教职员社区用了 11 小时，在劳动阶级社区用了 14 小时。

两个社区所有的调查对象之间在获得该新闻时间上存在差异之外，在各社区调查对象内部，就得到最初信息通过的传媒方面存在时间差异。从收音机中听到新闻的人要早于通过其他传媒得知该新闻的人，随后是那些通过人际传播获得信息的人。平均地讲，那些通过报纸或电视最早获得塔夫脱去世消息的人，在当天是得知该消息相当晚的。当然了，这一模式遵循了前面提到的各传媒发表新闻的时间差。

表 2 人们从各传媒获得最初信息的时间中位数

传 媒	教职员	劳动阶级
收音机	上午 9: 45	下午 12: 17
电视	下午 4: 30	下午 4: 30
报纸	下午 5: 30	下午 5: 40
人际交流	上午 11: 24	下午 1: 00

辅助信息源 本研究新闻事件的特殊性可简单地包括在两个词中：“塔夫脱死了”。我们已经描述了这一最新消息是如何最初传遍了两个社区。我们现在要问，“在多大程度上，这些被调查者们参考了其他信息，以尽力去证实该事件或增加对这一特定事件的了解？”表 3 展示了各社区听到塔夫脱去世的人，为了要获得另外的信息或对这一事件的解释等目的，参考了各种传媒的比例。

表 3 得知该新闻者为获取有关参议员塔夫脱去世的信息参考各传媒的比例

参阅的传媒	教职员社区			劳动阶级社区				
	总比例	男	女	总比例	男	女	白人	非白人
收音机	.30	.27	.33	.05	.06	.04	.03	.07
电视	.10	.06	.13	.02	.00	.04	.01	.04
报纸	.10	.15	.06	.19	.21	.17	.13	.26
其他人	.05	.05	.06	.02	.04	.00	.01	.02
2 或更多的传媒	.03	.03	.03	.06	.06	.07	.04	.09
没有	.41	.44	.39	.66	.63	.68	.77	.53
各类人数	129	62	67	127	52	75	70	57

哪个社区最关注本条新闻呢？如果细心地寻找出关于塔夫脱

去世这一简单新闻之外的附加信息，并把这类信息当作一种指标，那么教职员社区要比劳动阶级社区更关心该新闻。从所有研究的传媒来看，在参考追加性传媒的总量方面，教职员们与劳动阶级成员有显著的差异 ($p < .001$)。然而，41%的教职员和66%的劳动阶级成员在最初听到该新闻之后没有再参考任何附加资料。

对于那些知道了该新闻而又的确寻找附加信息的人，收音机在教职员社区是最重要的追加信息的来源，而在劳动阶级社区报纸是最重要的参考资料。教职员既参考收音机又参考电视机的程度要显著地高于劳动阶级成员（各自的值分别为： $p < .001$ ， $p < .01$ ）。然而劳动阶级成员参考报纸的程度要高于教职员 ($p < .05$)。^①在各社区内对亚群体参考追加传媒的分析，揭示出在各社区男性和女性的做法上没有显著的差异。然而在劳动阶级社区，发现非白人参考的附加信息资料程度显著地高于白人 ($p < .01$)。

通过人际交流得知该新闻的人，利用大众传媒作为追加性新闻信息源在程度上要大于那些最初从大众传媒中得知该新闻的人吗？对首先得知该新闻后，又参考了追加信息资料的情况进行了分析。在两个社区之间，或在各社区内通过大众传媒得知该新闻的人与通过人际交流得知该新闻的人，在参考行为上没有发现显著差别。

人际传播 有关传播传媒的一些研究提出，人际交往不仅比正式的大众传媒获得了更多的受众覆盖面，而且还具有一定的心理优势。这种优势使得人际传播在传播中特别有效。^②人际交流的有效性可能来自于社会交往的不在意特点，社会交往常常被感觉为宣传意义上的无目的性。假定人际传播具有这种心理上的优势，细心分析这类传播的结构和范围是重要的。本研究可以就人际传播的三个方面报告一些数据：（1）社会扩散网络在扩散塔夫脱去世消息最初运作时的一般特点；（2）由该则新闻所产生的谈

话的数量；(3)从这类谈话中新的获知该新闻者的数量。

(1) 最初扩散的社会结构 正如前面提及的，在教职员社区，通过人际传播而最初获知塔夫脱去世消息的人占 35%，在劳动阶级社区占 17%。^⑨当被调查者指明他们是从人际之间信息源得知该新闻时，曾请他们特别指出该信息源的一般社会关系，但指出这种社会关系的数量太小，以致无法进行详细的统计学上的分析。尽管如此，数据显示，在教职员社区家庭关系的重要性，以及在劳动阶级社区中在白人和非白人群体中男性作为传播的一条渠道的重要性。^⑩

(2) 关于该新闻的谈话 一旦人们知道了该新闻，知道之后如何影响他们的行为的呢？一个回答是，他们谈论这条新闻。是什么因素在人际传播中发挥着指导性作用的呢？很明显，这其中包括着复杂的动机和机会。新闻和得知该新闻的时间当然是重要的。另一个值得考虑的因素是一个人可能有的社会交往的数量，即他潜在的对话的范围。根据这些考虑，我们可以问，“在多大程度上，参议员塔夫脱的死是一个话题？”在教职员社区，129 名知道该新闻的人向 433 人谈及了该新闻。而在劳动阶级社区，125 名知道该新闻的人向 469 人谈及了该新闻。在注意到劳动阶级宣称向许多的人谈及了该新闻时，应记住对教职员社区与劳动阶级社区在采访调查时间上有利于这种结果。也可以报告说，在劳动阶级社区的 25 人，占知道该新闻者的 20%，说他们没有向任何人谈及这则新闻；而在教职工社区只有 19 人，占知道该新闻者的 15%，没有参与有关该新闻的谈话。

由于两个社区中大多数人向他人谈及了该新闻，各社区的成员都包括不多的被称作善谈的人。例如，一位妇女报告说，她与 35 人谈及了该新闻（并向一位吃惊的采访者列出了 35 人的姓名），而健谈的男性与 25 人谈及了该新闻。尽管如此，总体上讲，发现在两个社区中，男性比女性更为健谈。这种差异更使人注意到在两个社区男性得知该新闻平均要晚于女性。这可能反映

了如下事实：男性可能有更多的社会交往，可能是通过他们的工作单位进行交往。这也存在着一种显示：在劳动阶级社区内，白人比非白人与更多的人谈及该新闻。这些亚群体的差异可以总结如下：

每人与其他人谈话人数的中位数

大学教职员社区	2.9
男性	3.7
女性	2.3
劳动阶级社区	3.0
男性	4.4
女性	2.4
白人	3.5
非白人	2.4

(3) 从人际交流中新获知该新闻者 在多大程度上被调查者报告的谈话产生了扩散该新闻的结果？在两个社区，只有大约15%关于塔夫脱去世的谈话含有向人们传达了参议员去世的新闻。即教职员被调查者说在与433人谈话中，只有65人从谈话中首次获得塔夫脱去世的消息，劳动阶级被调查者说，在与469人谈话中有75人从中首次知道了该新闻。这样，塔夫脱去世产生了相当多的讨论，已不仅仅只是传递他去世的新闻。

由于在两个社区，5人中约有4人向他人谈及了该新闻，5人中只有1人使他人知道了该新闻。很清楚，谈话并不一定导致向他人扩散了该新闻，使该人知道了该新闻。这种传播模式的一个更完全的情况，可见下面的全部谈话导致他人知道该新闻的比例。

从下面数字中，我们看到两个社区展示了人际传播相似的模式，即平均谈话成功地扩散该新闻的模式相似。只是在白人和非

白人之间的差异显著 ($p < .01$), 这表明白人在传递新闻给未知者上更成功。

谈话导致他人知道该新闻的人数
占全部谈话数中的比例

教职员社区	0.15
男性	0.17
女性	0.13
劳动阶级社区	0.16
男性	0.17
女性	0.14
白人	0.20
非白人	0.09

在这个关于新闻扩散的研究中, 可能要提出一个关于人际传播的新问题, 即讨论和传递信息的模式是如何与该新闻的原始的信息资料相联系的? 在米勒的关于罗斯福逝世新闻的研究中, 从收音机得知该新闻的人平均告诉了 7 个人, 而从别人嘴中得知该新闻的人平均告诉了 1.4 个人。在本研究中, 人们可以在扩散者可以通过收音机比其他信息源更早地获知新闻方面看到类似的差异。在表 4 中我们看到情况不是这样。事实上, 其趋势是对大多数积极的谈话者和传递新闻的人都是那些他们本身就通过人际传播中获得新闻的人。

概 要 及 总 结

参议员塔夫脱去世的新闻广泛地扩散到教职员社区和劳动阶级社区。两个社区成员中惟一得到该新闻最多的部分是劳动阶级社区中的白人。得到该新闻最少的亚群体是劳动社区中的非白人。

教职员社区得知该新闻要早于劳动阶级社区。存在着女性得知信息要早于男性的趋势。在劳动阶级社区内，白人和非白人得知该新闻大致在同一时间。

表 4 谈话人数的中位数及通过传媒得知新闻的人
向他人通报新闻者的比例

新闻被最初 得知所通过 的传媒	教职员社区		劳动阶级社区	
	谈话人数 的中位数 (129 人 与 433 人 谈了话)	使他人获得 新闻的比例 (129 人使 65 人得知 新闻)	谈话人数 的中位数 (125 人 与 469 人 谈了话)	使他人获得 新闻的比例 (125 人使 75 人得知 新闻)
收音机	2.3	.20	2.9	.15
电视	2.0	.17	2.1	.29
报纸	0.7	.12	2.5	.16
人际传播	4.1	.24	4.6	.29

通过大众传媒得知该新闻的人要多于通过人际传播得到该新闻的人，收音机在两社区以及两社区中所有亚群体中，都是惟一最重要的新闻信息来源。除了从收音机外，在使用传媒作为最初的和附加性的信息来源方面，两个社区展现出相当多的变化。

在两个社区中，一旦人们得知了该新闻，随后出现了类似的人际传播模式。在各社区内，男性比女性向更多的他人谈及了该新闻。有些迹象表明，在两个社区内，通过人际传播得知该新闻的人比通过大众传媒得到该新闻的人进行了进一步的人际传播。两个社区在关于后续的人际传播方面相似，教职员社区参考第二种信息资料的程度要大于劳动阶级社区。男性和女性展现了相对类似的参阅行为模式。虽然白人投入于人际传播的要多于非白

人，非白人比白人参考了更多的附加信息。

在一则新闻扩散中，大众传媒的作用方面，本研究的发现基本上与博加特（Bogart）的发现相一致。^⑥在这两项研究中大众传媒作为新闻源的主导作用，与米勒发现的罗斯福总统逝世的消息，通过人际传播扩散到一所学校的师生中的方式形成了鲜明的对照。当然了，只是在广义上，所调查的环境是可比的。各种环境间的差异表明要对深一层的问题进行研究。

首先，总统的逝世可能比参议员的逝世有更大的心理冲击。这种差异可能在总统去世的情况下引起了更多的人际传播。这可能暗示着人际传播体现的程度是一则新闻兴趣价值的一种作用。如果进一步的调查研究支持这种论点，那么一种客观的测定兴趣价值的方法即将出现，集中于一个特定事件的人际传播的程度可以较准确地测量出来。

其次，新闻内容第一次被公众所知的时间不同：总统逝世的新闻发布于下午，而参议员逝世的新闻发布于清晨。目前的发现表明，相关人们的特定的日常生活常规是决定扩散模式的一个主要因素。接触到传媒和与他人进行社会接触可能受到了这种生活常规很大的影响。这应提示：有相同分量的两则新闻，但在一天的不同时间发布会遵循着不同的扩散模式。

进一步讲，关于传播行为的文献显示，人们受教育的程度越高，经济地位越高，信息就越容易传递给这些人。一般来讲情况可能正是这样。然而，在本研究中，劳动阶级社区的白人得知塔夫脱逝世者的比例要大于受到更多教育的教职员们。正如前面所提到的，这一发现部分地可能是采访两个社区时间上的差异所人为造成的。尽管如此，仍可以提示我们：人们被告知某一事件的程度是与人们对该事件的估价相关。进一步的研究应致力于，通过确定社会的不同群体获知新闻的程度，探索这种估价的特点。这种了解不仅会对社会传播行为描绘出一个更清晰的图像，而且会对该社会内的价值结构提供重要的

线索。

(关世杰译, 译自: *American Sociological Review*, 1954, 19, pp. 426 - 433)

注释:

① Delbert C. Miller, "A Research Note on Mass Communication," *American Sociological Review*, 10 (October, 1945), pp. 691 - 694.

② See, for example, Wilbur Schramm and David M. White, "Age, Education, Economic Status: Factors in Newspaper Reading," *Journalism Quarterly*, XXVI (June, 1949), pp. 155 - 157; or Paul F. Lazarsfeld, "Communications Research," *Current Trends in Social Psychology*, University of Pittsburgh Press, 1949, pp. 233 - 248.

③ Mean number of school years completed for whites was 10.2 years; for non-whites, 9.3 years.

④ Seattle is normally serviced by a morning and an evening newspaper. During this study and for several weeks prior, the evening newspaper was not published due to a strike by the Newspaper Guild. Had this newspaper been available, the Taft story would have reached the newsstands about four hours earlier, or about the time the first television broadcast occurred. The evening paper would then have been delivered into residential areas around 4 p. m. The absence of this newspaper probably means that our findings with regard to this medium represent minimum results. This may be particularly important with regard to using the newspaper as a secondary source of information.

⑤ The interviews opened as follows: "We are studying how people learn of an important news event. Friday morning a prominent national official died. Do you know who that was?" If the respondent answered, "Taft," he was asked five additional questions relevant to the communication of this news item.

⑥ Two other national political figures died shortly before Taft's death: Senator Tobey (Rep., N. H.) of crime investigation and TV fame, and Mau

nice Tobin, Secretary of Labor under Truman. No mention of either of these persons was made by the respondents. The absence of such response gives some indication of the probably greater news value associated with the death of Taft.

⑦ This latter finding may reflect the suspended publication of the afternoon paper due to the newspaper strike. The effect of the absence of this paper may have been differential, affecting the faculty population to a greater extent than it did the laboring-class population. Home circulation for the suspended paper was reported by newspaper officials to be more than twice as great in the faculty community as in the laboring-class community.

⑧ For example, Paul F. Lazarsfeld, *et al.*, *The People's Choice*, New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1944, especially pp.150 - 158.

⑨ Investigators have found it very difficult to induce experimentally this amount of pure oral diffusion of a message as in a controlled study of rumor. See, for example: Leon Festinger, *et al.*, "A Study of Rumor, Its Origin and Spread," *Human Relations*, 1 (1948), pp.464 - 486, and S. C. Dodd, "A Measured Wave of Inter-racial Tension," *Social Forces*, 29 (March, 1951), pp.281 - 289. One notable success in controlling the mass media in a community and achieving enough interpersonal diffusion for analytical study has been reported. See S. C. Dodd, "Testing Message Diffusion in C-Ville," *Research Studies of the State College of Washington* (June, 1952), pp. 83 - 91.

⑩ The relative unimportance of the family as a communication network in the laboring-class community may reflect a notably different degree of family adjustment from that of the faculty community. More single women resided in the laboring-class community. Most of these women indicated they were divorced, separated, or had been deserted. In addition, some of the "wives only" interviewed. In the laboring class community made such suggestive statements as "My husband is in jail," and "He ran away with another woman."

⑪ In a study in "Westerntown," prairie community of 25000, Bogart investigated the diffusion of news concerning a purely local event. While the sample was small, the newspaper and the radio played a more important part than word of mouth in spreading the news of this event. Sixty per cent of the respondents named the newspaper as a source of information, 48 per cent men-

tioned radio, and 21 per cent mentioned conversation. The study also suggested that the news event was not widely diffused to all social levels in the community. See Leo Bogart, "The Spread of News on a Local Event; A Case History," *Public Opinion Quarterly*, 14 (Winter, 1950-1951), pp 769-772

● 议程设置

议程设置的研究：现在它在何处， 将走向何方？

埃弗里特·M. 罗杰斯
(Everett M. Rogers)
詹姆斯·W. 迪林
(James W. Dearing)

公众的感情就是一切。得到民心，无往不胜；失掉民心，一无所成。因而，塑造公众感情的人比制定法律和宣布决定的人工作做得更深入。

——美国总统亚伯拉罕·林肯
(转引自 Rivers, 1970, p. 53)

自林肯发出上述言论以来，对由报刊产生的舆论和影响力的评价一直继续着。这种关心注重影响的过程，美国式民主通过这一过程发挥作用。正如林肯上面言论所显示，在 19 世纪中叶，依照古典民主的早期观点，政府当时反映着公众的意愿，大众传媒起到一种中间人的作用。古典民主的早期观点一直被质疑。后来像基（Key）和李普曼（Lippman）的政治分析家，提供了一个新的民主过程的观点：被选举出来的政治精英们为公众决定政策，公众的声音可以通过政党被听到，政党起着连接政策制定者

和选民的作用。

许多学者现在把全能的大众传媒系统看作是联系公众和政治决策者的机构。传媒已在美国夺取了政党的联系功能，创造了现在可以被认为是“传媒民主”的机制（Linsky, 1986）。理解现代民主的一种方法是把注意力集中在大众传媒、公众和政策“议程”上，所谓议程被界定为：把问题或事件依当时看来的重要性等级加以排列的顺序。关于调查和解释社会影响的议程研究有两个主要的研究传统。这两个传统经常指的是（1）议程设置（agenda-setting），这是指一种过程，通过该过程大众传媒向公众传播各种问题和事件的相对重要性（这一方法主要被大众传播的研究者所追求）；（2）议程建构（agenda-building），这是指一种过程，政治精英的政策议程通过该过程受到了各种因素的影响，它包括传媒的议程和公众的议程。议程设置传统关注的是传媒议程如何影响了公众的议程；而议程建构的传统研究的是公众议程和其他因素，以及偶尔的传媒议程，如何影响了政策议程。

概 览

在本文中，我们倾向利用传媒议程设置、公众议程设置和政策议程设置等术语。我们倾向于把包括上面三个部分的整个过程作为议程设置过程。（见图1）我们称第一种研究传统为传媒议程设置，它主要的依赖变量是大众传媒的新闻议程。我们称第二种研究传统为公众议程设置，它主要的依赖变量是公众议程中话题的内容和次序。我们称第三种研究传统为政策议程设置，因为这一传统其特色是涉及政策，部分地是作为对传媒议程和公众议程的一种回应。

本文有两个目的：（1）分析过去有关议程设置的研究，以便了解这些文献中各研究报告的短长；（2）综合这些研究以图将

来的议程设置研究吸取重要的方法和经验。

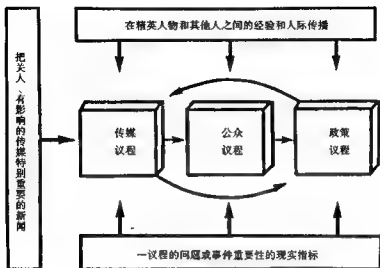


图1 议程设置过程的三个主要成份：
传媒议程、公众议程和政策议程

虽然，这些年看到关于议程设置发表了很多研究，但是这些研究受到许多批评。例如，叶恩戈（Iyengar）和金德（Kinder，1987）说道：

“过去10年里，虽然关于议程设置的研究激增，不幸的是至此有用的研究结果的增加却相当可怜。除了一些重要的研究例外，议程设置的研究在理论上一直是幼稚的，方法上是原始的；既使人困惑，又困惑人……议程设置可能是一个恰当的比喻，但它绝不是理论。”

其他的分析者描述了议程设置研究问题及发现的琐碎。这些批评意味着，对目前需要对议程设置的研究作一学术性评估。

传媒议程设置

哈钦斯(Hutchins)的报告较早提出了所有新闻传媒报道的新闻都同一化为一系列题目中的问题(Commission on Freedom of the Press, 1947)。这一系列的题目被认为是传媒议程。谁设置了传媒议程的问题,以及它对社会所带来的影响最初由拉扎斯菲尔德(Lazarsfeld)和默顿(Merton, 1948)进行了探索。拉扎斯菲尔德和默顿认为传媒的议程是权力集团(特别是组织起来的大公司)通过社会控制的微妙形式发挥影响的结果。“大公司资助着大众传媒的生产和散布。一切都是故意的,谁出钱谁作主(Lazarsfeld & Merton, 1948, 重印于 Schramm, 1975, p. 503)。”奎尔特(Qualter, 1983)也有类似的见解,他说,商业主办的传媒系统是被社会中的统治阶级所操纵的;因而,不能期待传媒会严肃地怀疑该社会的社会经济结构。鲍尔-罗基切(Ball-Rokeach, 1985)提出,要分析结构性地构成的政治体系和传媒之间的依赖关系。她对此描绘为“基于中心依赖的相互合作”(pp. 491—492)。

大众传媒委婉地、但坚定地代表着统治阶级对其受众的观点,其结果是赞成和支持统治阶级的观点(Schudson, 1986)。这个结果是传媒的一种未被意识到的目的。奎尔特说:

“传媒远不像一些阴谋理论所说,是大众思想的罪恶操纵器。传媒的主要功能似乎是支持体系,维持一致、提供保障以及保护社会成员免于过分的被骚扰和分心,或过分的功能不好的信息。”(pp. x-xi)

这些传媒的功能通过招聘和对传媒精英、编辑、新闻记者的社会化得以长期保存下来,以这种方法,传统、实践作法和传媒行业的价值观形成了新闻议程。

公众议程

认识舆论如何被大众传媒内容所影响一直是传播学学者们关心的一个重要问题，这可以追溯到帕克（Robert E. Park）的著述。帕克是1915—1935年社会学芝加哥学派的创始人（Rogers, 1986, pp. 76—80），帕克曾被称作“大众传播学的第一位理论家”（Frazier & Gaziano, 1979），他通过研究报纸在形成舆论中的作用，扩展了威廉姆·詹姆士（1896）关于人们如何形成一种“熟悉”信息的思想。另一位关于这种关系的有潜力的思想家并得到更多公众信任的人是瓦尔特·李普曼（Walter Lippmann），他应华莱士（Wallas, 1914）之邀，就公众日益依赖于大众传媒而写了著述。然而，早期的实地研究结果对大众传媒在带给受众影响的力量方面产生了怀疑。拉札斯菲尔德和斯当顿（Stanton）对广播在竞选中的效果进行了一系列研究后总结到，大众传媒的效果相当地被人际关系和个人的经验所调和（Klapper, 1960）。社会科学家把拉札斯菲尔德的研究结果作为大众传媒只有不强的影响效果的证据。

关于大众传媒议程设置的学术研究最直接可追溯到科恩（Bernard Cohen, 1963）的著述，他观察到，报刊“多数时间可能在告知人们怎么想（What to think）上不成功，但是它在告诉自己的读者想些什么（What to think about）……上获得了令人吃惊的成功……对不同的人，世界看上去是不一样的，这依赖于他们所阅读的报纸的作者、编辑和出版商为他们所画的地图（p. 13，原文加了着重号）。”

科恩以这种方式表达了一种比喻，它促使本文下面要描述议程设置研究的两个传统。

政策议程

舆论对政策精英的决定和行为的关系，对民主社会的前提具有直接的重要性。议程设置的研究者们把政策信息概念化为一个

依赖性变量，他们想要知道，对公众中个人是突出的议程中的问题是否也成为政策制定者议程中的突出问题。偶尔，政策议程设置的研究者探讨传媒议程影响政策议程的程度。

戴维·休谟（1739—1896）的第一个提议政府应建立在并应负责于广泛传播观点的基础上。休谟发展了洛克（Jonh Locke）的思想，洛克曾提出了一些人性的法则。休谟的贡献是他对民主社会的理论性发展，广泛传播的思想，惟有支持性的观点才是政府有权的正当理由。

对休谟原则思考所产生的早期评价是乐观的（Dewey, 1927）。然而，由于实践性的研究者开始寻找一个负责任政府的证据，逐渐这种乐观主义被怀疑主义所取代。G. 阿尔蒙德（Gabriel Almond, 1950）是政治学的第一位试图理解日益增长的调查资料数据和对外政策过程的学者。然而，阿尔蒙德开创性的强调很少解释：观点从公众转移到政策制定者那里是如何发生的（如果的确有这样的转移的话）。卡茨（Katz）和拉扎斯菲尔德提出的一种从政策制定者到公众转移的一种解释性机制是“二级传播”。依照这种说法，一个社会中的观点首先由传媒传递，然后通过人际传播由观点领袖加以传递。后来这种概念由J. 罗斯瑙（James Rosenau, 1961）在其著作《公共舆论和对外政策》一书中扩展为“四级传播”。罗斯瑙在把政治研究转入突出问题和议程设置方面发挥了重要作用。他说：“实际上我们对为什么一些国外的情形从来未成为公众讨论的题目一无所知，而其他人选定了一些问题并不久获得了全国性问题的地位”（Rosenau, 1961, pp. 4—5）。罗斯瑙通过集中研究大众传媒、大众传媒与政策制定者的关系，对后来政策议程设置研究又起到了重要作用。

科恩就支持对外政策制定者对公众舆论负有责任假说的证据进行了评论，他总结到，“我们的知识是片面的、不系统的、不衔接的和不连贯的。”“我们获得了不令人满意的结论——舆论在政策制定过程中是重要的，虽然我们不能有把握地说它如何重

要、为什么重要和什么时候重要” (Cohen, 1973—1983, p. 4, p. 7)。

两个主导性的传统

表1展示了关于议程设置的153个出版物的年代表,并用两个研究传统加以组织:(1)由大众传媒决定的公众议程设置;(2)政策议程设置。^①调查传媒议程的有特色的传统未在本文评论。^②虽然政策议程设置的研究传统早于公众议程设置的研究,但前者发表的研究论文少于后者(51篇对102篇)。正如本文后面部分所详细叙述的,研究政策议程设置的学者主要是政治科学的学者以及一些社会学家。这些学者所研究的中心问题是“一项公众议程是如何列上政策议程的?”而不是“大众传媒如何把一项议程列上公众议程上的?”这样,虽然两种研究传统都集中关心的是议程设置的过程,但探讨的是两种不同的议程是如何被设置的。对公众议程设置的学者,依赖变量变成政策议程设置学者研究中的重要独立变量之一。尽管在学术研究方向上有明显区别,但人们可以看到,两种研究传统至少会通过各自出版物中互相引用对方研究成果,表明他们都知道对方的研究。我们从两种传统中摘出引文的分析表明,对于政策设置学者来说,跨两个传统地引文很普遍,但公众议程设置的学者则很少见。

为什么学者们对议程设置如此着迷?对大众传播学者而言,感兴趣的主要原因是因为:议程设置研究似乎是对研究传媒的直接效果提供了一个可以选择的方法。在早期大众传播研究中很少发现使用这种方法。由大众传播研究者所发表的许多有关议程设置的著述,声称或暗示他们主要理由是试图修正过去传播效果研究的发现。下面是典型地为议程设置研究著述辩护的几段表述:

(1) 大众传媒改变态度的能力不断受到挑战。然而, 最近的研究提示, 至少大众传媒为讨论设置了议程 (Gormley, 1975, p. 304)。

(2) 自从麦库姆斯 (McCombs) 和肖 (Shaw) 最早提出了 (议程设置) 的课题以来, 学者们一直不断对流行的看法, 即传媒对选民很少的 (如果还有的话) 影响加以质问 (Tardy, Gaughan, Hemphill, & Crockett, 1981, p. 624)。

(3) 议程设置的最初的实证探索是出于机遇。它的出现是在大众传播研究史中正值摆脱执迷把态度和观点作为依赖变量, 以及摆脱执迷于有限效果模式 (作为一种充分的学术总结) 时, 这导致了学者们向别的方面探索 (McCombs, 1981a, p. 121)。

表 1 公众议程设置和政策议程设置研究传统的发展

公众议程设置 年 作者	政策议程设置 年 作者
	1922 Lippmann Park
	↓
	1927 Lasswell
	↓
	1948 Lazarsfeld & Merton
	↓
	1950 Almond
	↓
	1952 Davis
	↓

公众议程设置 年 作者	政策议程设置 年 作者
	1961 Rosenau
	↓
	1963 Cohen → 1963 Miller & Stokes
	1965 Cohen
	1967 Cohen
	1970 Cohen
	1971 Cobb & Elder
	Crenson
	1972 Cobb & Elder
	Downs
	Petersen
	Weber & Schaffer
1972 McCombs & Shaw	1973 Cohen
1973 Bowers	
Funkhouser	
Funkhouser	
1974 McLeod and others	1974 Eyestone
Molotch & Lester	
1975 Becker and others	1975 Gormley
Bloj	
Chaffee & Izcary	
Hubbard and others	
Sune & Borre	
Tipton and others	
Weaver and others	
1976 Becker & McLeod	1976 Benager
Benton & Frazier	Carey
McCombs	Cobb and others
McCombs & Masel-Walters	Erikson
McCombs & Shaw	McClure & Paterson

公众议程设置		政策议程设置	
年	作者	年	作者
	Westley		Stimson
1977	Auh	1977	Walker
	Becker		
	Bowers		
	Chaffee & Wilson		
	Junk and others		
	Kaid and others		
	McCombs		
	McCombs & Shaw		
	McCombs & Shaw		
	Mullins		
	Palmgren & Clarke		
	Shaw		
	Shaw		
	Shaw		
	Shaw & Clemmer		
	Weaver		
	Williams & Larsen		
1978	Sohn	1978	Beniger
	Swanson & Swanson		Erikson
	Williams & Semlak		Lambeth
	Williams & Semlak		Miller
	Zucker		
1979	Becker and others	1979	Hibbs
	Iyengar		Muller and others
	Kaplinger & Roth		Monroe
	shaw		
	Winter		
1980	Gilberg and others	1980	Erbring and others
	Smith		Soderlund and others
1981	Atwood	1981	Cobb & Elder
	DeGeorge		Lang & Lang

续表

公众议程设置 年 作者	政策议程设置 年 作者
Eyal	Mansback & Vasquez
Eyal and others	
McCombs	
McCombs	
Mackuen	
Mackuen & Coombs	
Mazur	
Stone & McCombs	
Sutherland & Galloway	
Tardy and others	
Watt & van den Berg	
Weaver and others	
Winter *	
Winter & Eyal	
1982 Becker	1982 Black & Snow
Blood	Iyengar and others
Caspi	Raknowitz and others
Gadir	
Winter and others	
1983 Asp	1983 Beniger
Grung & Ipes	Cook and others
Ramaprasad	Lang & Lang
Williams and others	Page & shapiro
1984 Einsiedel and others	1984 Beniger
Iyengar and others	Kingdon
Weaver	Manheim
1985 Atwater and others	1985 Behr & Iyengar
Kraus	Fryling
McCombs & Weaver	Iyengar & Kinder
Neuman & Fryling	Neuman
Proress and others	

表 1

公众议程设置 年 作者	政策议程设置 年 作者
Salwen	
1986 Adams	1986 Leff and others
Anokwa & Salwen	Lansky
Boyer	Lansky and others
Gaddy & Tanjong	Manheim
Hezel and others	
Iyengar & Kinder	
Kepplinger and others	
McCombs & Gilbert	
Mogwa & Brenner	
Pritchard	
Salwen	
Wanta	
Wright	
1987 Barkin & Gurevitch	1987 Iyengar & Kinder
Chaffee	
Lowery & DeFleur	
Miller	
O'Keefe & Red-Nash	
Shoemaker and others	
Smith	

公众议程设置的文献分析

1972 年麦库姆斯和肖发表对 1968 年总统竞选中传媒作用的研究之前，议程设置的基本概念是有很多实证性研究基础的一种理论观点。一百位未作选谁为总统的选民，作为“被推测为对竞选信息最开放或最灵敏者”的取样，在 1968 年 9—10 月的 3 周时间里被鉴别并对他们进行了个人采访。通过调查他们“这些天你‘最’关心的是什么？即不管政治家说了什么，你认为政

府‘应’集中做的事情中,‘主要’的二三件是什么”获得答复后,加以集中,测算了这些选民竞选问题的公众议程。5个主要竞选问题中各问题被提及次数被用于指示公众议程(见表2)。

表2 1968年教堂山议程设置过程研究中5个主要竞选问题的公众议程和传媒议程。

公众议程 (从对100位未拿定主意 选民调查中得出的排列序列)		传媒议程 (从9家大众传媒中的新闻、文章、 社论或广播内容提及次数编出)	传媒议程 (次序)
第一位	对外政策	56	第一位
第二位	法律与秩序	33	第二位
第三位	财政政策	11	第四位(并列)
第四位	公众福利	11	第四位(并列)
第五位	民权	11	第四位(并列)
——	其他	84	——
总计		206	

资料来源:来自 Mc Combs 和 Shaw (1972) 的数据。

麦库姆斯和肖从他们的分析中得出结论说,大众传媒为公众设置了竞选议程,或换句话说,传媒议程影响了公众议程。推测起来,公众议程在总统选举中是重要的,因它将决定要选举谁,虽然麦库姆斯和肖并没有探讨公众议程的影响。

什么是麦库姆斯和肖的特殊贡献呢?他们在测算两个概念性的变量的方法上并不是新的;关于一个问题的大众传媒信息的内容分析及公共舆论的调查在大众传播研究中是通用的;麦库姆斯和肖的贡献也不在于把两个方法联系起来去测量已发生的议程设置的程度(Chaffee, 1987)。20年之前,F.詹姆斯·戴维斯(F. James Davis, 1952)已经把内容分析、调查研究和实际变量结合在一起测试了公众议程设置假说。麦库姆斯和肖的贡献在于清晰

地展开了假说，把这一过程称为“议程设置”，并沿着这个方向进行了深入研究。

议程设置被麦库姆斯和肖概念化为一个“过程”（尽管他们是跨区域地检验了该过程），这种特性描写将有助于引导后来的传播学学者把当时搜集来的数据包括在议程设置的分析中。时间的附加维度鼓励着大众传播学学者把着眼点放在议程设置是个过程上，而不只是一个传媒影响的问题（或至少是放在时间上的影响问题）。议程设置范式的出现导致了传播学学者到舆论形成的研究这一日益被人忽视的课题。

为什么研究公众议程设置？

在议程设置研究开始时，大众传播研究的历史内容无疑会影响：这一研究问题如何加以概念化，选择哪种研究方法去研究议程设置的过程，得出的研究发现如何加以解释，如何形成以适应传播科学这一新领域的主导的学术考虑。早期的议程设置研究为这一研究前沿的学术特点投下了长长的影子。

1968年在麦库姆斯和肖正在为1972年发表的论文收集资料时，大众传播研究已经发生了转变，从作为一门由社会心理学家（像K. 卢因和C. 霍夫兰）、政治学家（像H. 拉斯韦尔）以及社会学家（像P. 拉扎斯菲尔德）所进行临时性的研究，显著地转变为从传播学院中涌现的博士生长期关注的新学科（Rogers, 1986, pp. 96—110）。到1960年（当开始在大众传播方面授予博士学位时）之前，许多社会科学工作者被吸引去进行传播学研究，虽然许多人逗留了一下，但留在这个领域里的人很少（据施拉姆的评论）。典型的新的传播学学者在读博士之前有新闻或广播方面的经历，然后通过着重学习卢因、霍夫兰、拉斯韦尔和拉扎斯菲尔德的著作，加之在统计方法和量化研究方法等方面的社会科学的训练。这些新学科的人，从他们的个人背景中“知道”大众传媒有影响，尽管传播学领域4大奠基者的科学发现中

都指出传媒只有很小的影响。过去职业上的信念与科学结果的矛盾导致新的传播学学者纷纷踏上寻找强烈的传媒影响证据之路。大众传播研究的这个历史大背景，正是麦库姆斯和肖正在开始其范式之时，因而这有助于解释为什么议程设置研究在大众传播学者中变得如此时兴。^③

把问题与事件作出区分

什么是“议程”？议程是在当时依重要性的等级加以排列的问题和事件的清单。过去研究中关于议程的项目包括：（1）问题（issue），像在越南的战争、水门事件、一项汽车安全法、失业、人工流产、滥用毒品。（2）事件（event），如撒赫勒旱灾、地震以及其他自然灾害。

什么是一个问题？正如朗氏夫妇所说：“没有一个明确的界定，议程设置的概念就变得如此包罗万象，以致变得在实践上没有意义”（Lang & Lang, 1981, p. 450）。在过去议程设置研究中，研究的问题相当宽泛，很少有人介意准确界定问题是什么。然而，最典型的公众议程设置的学者（如 Mc Combs & Shaw, 1972），研究过像通货膨胀和越南战争这种一般性的问题，而不是研究像飓风或核电站的核泄漏等灾难性的新闻事件或传媒事件。

修剪什么构成一则议程项目的概念枝杈的重要一步是由肖在1977年进行的。他区别了事件和问题：（1）事件，被界定为被空间和时间所限制的不连续的偶然发生的事。（2）问题，被界定为包括对有关可以放在一个主要类别中多个事件的、一系列积累起来的新闻报道。这样两位青年的运动员莱恩·比亚斯（Len Bias）和唐·罗杰斯（Don Rogers）1986年因与毒品有关而死亡就是新闻事件，这促使把滥用毒品的问题放到了国家议程上靠前的位置，他们的死尽管只是在美国使用毒品的整个人群的“活生生的”代表，毒品问题多年来依然是一个相当普遍的问题。我们

的观点是事件问题的特定组成部分。这两方面都在公众议程设置研究中被探讨 (Mc Combs, 1976), 尽管我们的结论是问题比事件得到更多的研究。由于什么是问题, 什么是事件在过去概念上的混乱, 常常对问题和事件做出区别也很困难。而且, 大众传媒常常适合于把新闻事件放在一个更大的问题的宽范畴中, 由于他们寻求的是为受众给出事件的意义。例如, 像 1986 年“挑战者”航天飞机的爆炸这一新闻事件, 被美国传媒解释为美国航天局不胜任工作的一个更为普遍性的问题, 需要对美国的航天项目加大投资 (American Association for the Advancement of Science, 1986; Miller, 1987)。同样地, 像 1986 年切尔诺贝利核电站核泄漏的新闻事件, 被美国传媒解释为苏联社会封闭性特征的问题 (而且更广的意义上, 被解释为美苏国际对抗的问题)。

一个问题必须包括争论吗? 在政策议程设置传统中的政治学的学者一般持肯定态度。例如, 埃斯通认为: “当一部分公众有一个难题要求政府采取行动而产生了问题时, 对该难题如何加以最好的处置, 公众中有不同意见” (Eyestone, 1974, p. 3)。同样克伯和埃尔德说: “一个问题是在两个或两个以上有特点群体间, 就地位或资源分配对程序的或性质上的冲突” (Cobb & Elder, 1971, p. 82)。在议程设置研究中, 进一步的学术努力应对正在研究的问题和事件加以分类。当然, 一则迅速出现的新闻事件, 像 1986 年美国轰炸利比亚, 明显的不同于缓慢出现的自然灾害问题 (像 1984 年的埃塞俄比亚的干旱)。正如奥 (Auh) 在 1977 年所说, 一个高度明显的、持续时间短的问题 (像 1984 年美国环球航空公司飞机被劫持事件) 不同于不明显的问题 (如美国失业率的上升与下降), 也不同于一个长期持续的问题 (如美日贸易摩擦), 这样一个议程项目 (如在一个选举问题的情形中) 可能会影响议程设置的过程。

最后, 议程设置研究应更明确地承认, 每个议程中的项目 (item) 影响传媒议程上和公众议程上的其他项目。今天最重要

的新闻挤掉了昨日最重要的新闻。议程上一个项目的显著性“不是绝对的，在一定程度上是相对的”（Lang & Lang, 1981, p. 45）。各问题为引起注意在竞争。不幸的是，议程设置的研究者一直趋向对待一个议程上的问题，似乎是该问题“不”依赖于其他的问题，这种情况是太简单化。“一些问题……在同一议程上几乎没有位置，而其他的问题相当有规则地一起运行”（Crensou, 1971, p. 163）。人们可以正确评价来自这类议程项目之间关系所产生的在测量和概念上的差异。

加上公众态度的环节

一些研究提出了大众传媒可能比仅设定公众议程发挥了更多作用。韦弗（Weaver）、格雷伯（Graber）、麦库姆斯和埃尔（Eyal）在发表于1981年的一份研究1976年总统选举文章中总结到，大众传媒影响了“选民的评价”以及候选人的认知形象。戴维森（Davidson）和帕克（Parker）1972年发现，大众传媒的披露与对美国众议员的公众支持积极相关。梅林尔（Mazur）发现在大众传媒的报道与对饮水增加氟元素以防蛀牙的支持，大众传媒的报道与对核电站的支持消极相关：

对一些技术上有争议问题的研究提示：至少存在着传媒报道对态度的轻微的影响，使态度以一种可信的方式发挥作用。当传媒对一有争论问题报道增加时，公众对谈论中的技术的反对就增加（由民意测验测得）；当传媒的报道减少后，公众的反对意见就下降。（Mazur, 1981, p. 109）

那么我们可以说大众传媒可以改变公众的态度以及改变公众的认知吗（像公众议程）？贝克尔（Becker）和麦克劳德（McLeod）1976年提出了一个模式，认为公众认知（公众的议程）可以是大众传媒议程的直接影响，或是大众传媒语义性内容的间

接影响，由公众的态度加以调和。他们认为，公众的态度可以由起因于大众传媒语义内容的直接影响，或起因于传媒议程的间接影响，由公众的认知加以调合。

最后一份对12个有关电视新闻实地试验的分析总结到，公众的判断及认知可能起因于大众传媒的议程设置。叶恩戈和金德1987年总结到，对美国总统表现的电视报道，不仅增强了观众对问题的认知，而且还设立了判断总统表现的标准（通过以牺牲一些问题为代价突出的问题）。由叶恩戈和金德1987年运用解释传媒权力的概念是“底色”（priming），被菲斯克（Fiske）和泰勒（Taylor）界定为对信息解释和恢复前期背景的效果（Fiske & Taylor, 1984, p. 231）。叶恩戈和金德使用底色的概念指的是一种标准方面的变化，该标准是公众政治评价的基础。叶恩戈和金德视底色为“比议程设置更微妙、更重要的一种可能。”在实地的实验中，他们发现了对公共议程设置和底色假说的相当多的支持（Iyengar & Kinder, 1987）。

底色，特别是在菲斯克和泰勒，1984年广义的界定方面，涉及的是大众传媒议程和大众传媒语义上的内容在影响公众态度方面的重要性。如果大众传媒议程通过使某些事件突出，为读者和观众“涂上一层底色”，那么这些事件不仅仅是使受众感到突出。大众传媒涂底色集中于由报刊特有的追寻和解释的新闻事件，从而提出的特定问题。这种选择使得这些问题，不只是事件，成为大众传媒报道的中心，或许成为个人思考的中心。而且，这些“事件——问题”被传媒大力宣传，不是以一种不偏不倚的方法，而且以一种积极的或消极的框框去大力宣传。大众传播者可能是“告诉一些真实情况”，但是由事件提出的问题，通过积极的或消极的语义内容保持着其传媒的强度。如果一个问题未曾引起公众的兴趣，那它就不会穿过底色序列，正如唐观察到的“一个难题必须具有戏剧性，必须激动人心以保持公众的兴趣，因为新闻是被大多数美国公众（以及各地的公众）很大程度

上当作一种娱乐形式加以‘消费’的”(Downs, 1972, p. 42)。这样,底色既通过大量的传媒报道向人们展示某问题是重要的(传媒议程设置),又通过以一种“成功的”事件——问题表示一种娱乐价值(语义内容)的方式,作用于公众态度的形成。

公众议程的其他影响

大众传媒不是对公众议程的惟一影响,这是大众传媒与公众在议程项目相关不完美的一个原因。“在大众传播之外的社会过程,也影响着公众对一个问题或一个人是否重要的判断。对于一件事,人们就其社会的问题相互交谈,这些谈话在他们的判断中可能发挥着重要作用”(Wright, 1986, p. 155)。事实上,麦克劳德、贝克尔和伯恩斯 1974 年发现,在传媒议程话题参加谈话的个人中,大众传媒的内容在形成新闻议程中的作用,要大于那些没有人际传播的人。这一发现与从对新发明扩散研究中得出的结论完全一致。该结论中认为,一个接触大众传媒渠道的人常常了解新思想,但在此之后人际传播渠道对说服一个人采纳新发明是必须的。

大多数研究议程设置的学者似乎接受了过程具有偶然性的观点:议程设置并非在“各种场合”、对“每个人”,“总是”都在进行(Mc Combs, 1976)。为什么一个人的议程可能不被大众传媒议程所影响呢?

传媒信誉低 一个人可能认为整个传媒,或该人接触的特定传媒,“信誉度”低(信誉度被界定为一种程度,即一种传播信息源和传播渠道被一个人所感受到的可信度和能胜任度)。例如,一位华尔街律师可能认为,《国家调查者报》在国际新闻方面其信誉度不如《纽约时报》;这样,当这位律师读到《国家调查者报》上一则裁军新建议的标题时,对这则新闻传媒的突出作用似乎没有被接受。该人被该传媒告知了该则新闻,但没有使他信服该则新闻是重要的。

与个人经验或与其他传播渠道关于该问题或新闻事件突出性的证据相冲突。或许一个人听到美国总统在电视演讲中宣称美国正经历着一次毒品危机，但某人听到 CBS 新闻播音员丹·拉瑟说，7 年来美国吸毒者的人数保持稳定。这类在传媒上有冲突的讲法表示的是关于毒品问题的内容，但不会把该问题提到公众议程上。

个人持有与大众传媒或传媒不同的新闻价值。一个人对一份报纸的标题可能会想：他们怎么能把“这件事”作为一则重要新闻呢？

对理解为什么个人有不同的问题议程所取得的一步重要进展是由麦库姆斯和韦弗在 1973 年引进了“定位需要”的观念。任何一个人，当问题与自己关联性高，不确定性也高时，就有高的定位需求。这种需求导致进一步接触传媒，接触传媒反过来导致了更大的议程设置效果。尽管如此，正如麦库姆斯和韦弗所提到的，“这种有限的三部分组成的模式，离大众传播过程的全图相差甚远”（McLomb & Weaver, 1985, p. 102）。将来的研究应寻求更清晰地理解个人议程设置过程中的个人认知过程。

评定因果关系

议程设置研究通常发现，在对一项问题投入的大众传媒报道量与对该问题在公众议程上位置的发展之间，有种积极的关联。在建立传媒议程和公众议程之间的因果关系的进一步工作，是要为在期待的时间顺序上寻找证据；如果公众议程先于传媒内容，那么后者不能是前者的原因。两个概念变量的所期待的时间顺序已在一些过去的有关研究中发现了。芬克豪泽（Funkhouser）通过比其他研究更长时间段的研究，推进了议程设置研究的领域：他对 20 世纪 60 年代美国在公众议程上出现的 8 个问题，利用年作为分析单位。这些问题在公众议程上的次序与大众传媒报道的程度相对应（Funkhouser, 1973a, 1973b）。

这类传媒报道不是与议程问题的“现实社会”严格地相对应。例如，在滥用毒品的例子中，大众传媒的报道开始下降时，恰恰在毒品的社会问题开始变得不如以前严重了，这已由从传媒外资料中获得的“客观”标识所表明。当大众传媒对问题的报道与议程问题的现实不同时，公众议程就更紧地随传媒报道的程度。总之，芬克豪泽的分析支持了传媒议程推动了公众议程的关系的进展，尽管这种支持限于他所研究的特定领域和问题（Mackuen, 1981, p.24）。

现实社会标识可能与传媒议程推动公众议程关系相左。一些研究支持这种看法。例如，麦克求恩发现，现实社会标识对公共议程的一种直接影响与传媒议程的整个发展没有关系（Mackuen, 1981）。相比之下，芬克豪泽 1973 年普遍发现在传媒议程和公众议程之间有很强的联系；在现实社会的标识与传媒议程或公众议程之间有较弱的联系。

不幸的是，很少学者在研究议程设置中包括有现实社会的标识。我们建议：（1）将来的议程研究应包括一个议题重要性的现实标识；（2）在将来的研究中应利用研究设计，对一些可能搞乱传媒议程→公众议程→政策议程的关系假变量加以控制。如果遵循了这两个方法上的原则，就可以在决定必须和充分的条件方面（在这些条件下有这种关系，在什么时候它们不是这种关系）取得进展。

只在一些议程设置的探讨中，研究者们能控制传媒议程的独立变量，因为它影响了公共议程（依赖性变量）。一个例子是由叶恩戈、彼得斯和金德（1982）所进行的实地实验，在该实验中，各家庭只看由调查者付酬和制作的特定电视新闻节目。当国家防务在由调查者安排的电视新闻节目中被强调时，这个问题在实地实验中的家庭中变得更为突出。在第二个有关污染的实地实验中，在第三个关于通货膨胀的实地实验中也取得了一种类似的议程设置“效果”。

因果关系依赖于一种第三因素（在共同变化和时间次序外），即传媒内容对舆论具有的一种“强制质量”的程度。强制质量是一个理论性的讲法，不只是个实验性探索的问题。

而且，在议程设置过程中，在公众议程的传媒议程之间，无疑存在着一种双向的相互依赖关系。传媒的各级把关人对其受众的新闻兴趣有个总体的看法，把关人领悟到的新闻兴趣的优先权直接地反映在新闻价值中，以这种新闻价值传媒全体职员决定了传媒议程。在一些研究，例如，厄布林（Erbring）、戈登堡（Goldenberg）和米勒曾发现，在传媒议程和公众议程之间有一种双向的关系（1980）。由公众议程对传媒议程的影响是一种缓慢的、长期的过程，通过这个过程创造出了普遍化的新闻价值。相形之下，传媒议程对公众议程就一特定新闻的影响是更直接的、更即时的原因——效果关系，特别是当公众缺乏其他可供选择信息（像某个人的经历）时，就会影响公众议程。然而，对一般性的议程问题，像通货膨胀、水门事件和失业，传媒议程对公众议程的优先地位是以一种缓慢的、渐进的、几个月或几年的进程方式形成的，传媒议程→公众议程的关系的特点可能是非常慢的和非直接的。当然了，至于议程中的项目如何快地上了公众议程上，肯定在不同的议程项目上存在差异。

如果我们提出的推理是正确的，那么期待传媒议程对公众议程的单向因果关系就不恰当了。虽然学者探索短期的大众传媒在传播新闻事件中，这种单向的因果关系可以似乎是得到了证明。更为现实地讲，传媒议程和公共议程可能是互为因果。那么很明显，研究大众传媒议程的议程设置的“效果”（即由原因产生的结果），就是无益的。这样对议程设置上的学术兴趣（起因于大众传媒有限影响模式）的初始原因就有点放错地方了。

既然在议程项目研究中存在着大量的变异，一些项目可能可以被看作是直线的，而不是循环的因果关系。在突发重要事件中，典型地基本不存在着先前的公众考虑，因果关系是“惟一

的”从传媒设置到公众设置。非直线式的因果关系应发生在那些被朱克所称之为“不唐突”的议程的项目中(Zucker, 1978, p. 227),即那些上升为问题的事件,对这些问题人们一般没有直接经验。一个人对一个议程中的问题的直接经验越少,那么他就越依赖于大众传媒,以获得对该议程问题的信息和解释。朱克发现,对于不唐突的问题,在传媒议程中凸现导致了对该问题在公众议程上的凸现。在不唐突问题的情况下,人们对该问题更为熟悉,在公众议程上的凸现导致了在传媒议程上的凸现。朱克的结果得到了艾尔(Eyal, 1979)的确认,艾尔利用因素分析把议程的各问题分类成唐突的和唐突两类(朱克在自己判断的基础上对问题曾进行了分类)。

议程设置作为一个过程

由定义推测,议程设置是一个过程(一直在发生的一系列事件和活动)。然而,许多过去议程设置的调查研究完全依靠单方面的数据收集和多层次数据分析。这是一种特别不适于调查研究“过程”的方法。要确定是否大众传媒议程先于公众议程,这两种变量难以在时间的同一点上加以研究。

为什么议程设置过程常常不被大众传播学者当作一个过程而加以调查研究呢?因为通常议程设置被大众传播学者作为一般性探索传媒效果的一部分来对待。关于效果的大众传播研究者势不可当的研究方向已经主要以一种方向的理论和研究构架起来(Rogers, 1986)。以公众议程设置研究为例,这种效果研究趋势偏离了超时段的研究设计,这种课题的初期研究尤其是如此。

后来的议程设计过程的研究发生了变化:(1)在两个时间点收集关于传媒议程和公众议程的数据资料,然后利用跨时差相关性分析,以获得对过程的解释;(2)把议程设置回溯到一个更长的年限范围(例如, Funkhouser, 1973a, 1973b, 前面已经讨论);(3)在一个实地实验的方法中巧妙地处理传媒议程(如前

面讨论过的 Iyenger 等人的研究, 1982)。在议程设置研究中, 方法论上的进步已经从单方面、横断面的转到了更为精细的研究设计, 这会导致对议程设置作为过程更为精确的探索。由于研究设计的加强, 议程设置过程已经更清晰地凸现出来。

什么是最佳的时间段呢? 在这段时间里大众传媒关于一个问题的讯息可以早于对公众议程对该问题的测量。萨尔温已指出, “尽管大多数议程设置的研究者已暗自接受了以下观点, 即受众的问题凸现是长期传媒介绍的作用, 很少的研究者曾解决了有关传媒使一个问题(或一系列问题)在大众传媒的受众中凸现所要求的‘时间长度’问题”(Salwen, 1985, p. 30)。甘迪认为, “有些问题或事件容易移动到了公众议程, 其他问题用的时间要长一些, 议程设置研究的理论基础没有能力预见最合适的延续时间应是多少”(Gandy, 1982, p. 7)。斯通(Stone, 1975)和温特(Winter, 1979)测量了一些不同的延续时间, 以便为传媒内容影响到公众议程界定出最恰当的时间。然而, 他们报告说, 最恰当的时间大概是2—4个月(Eyal et al., 1981, pp. 214—215)。休梅克、万塔和莱格特利用分级回归分析(hierarchical regression analysis)发现对1个月和4个月为最恰当时间段的支持(Shoemaker, Wanta & Leggett, 1987)。

萨尔温在回应对自己的挑战中, 对3份密歇根报纸就7个环境问题, 如垃圾处理、水质量和噪音污染等的33周的报道进行了内容分析(Salwan, 1986)。通过在3大段时间里进行的大约300个电话采访测得了公众议程。一周一周的传媒议程对公众议程的首次影响是在对一个环境问题5至7周的传媒报道的积累; 传媒议程与公众议程关系的高峰出现在8—10周的传媒报道之后; 在此之后, 随着长时间的延续这种相关下降。“通过在一持续时间里报道一个问题而使该问题‘活着’, 传媒可以向公众传递不仅仅是信息, 而且还传递了有关这一问题合法性的微妙讯息”(Salwen, 1986)。萨尔温认为, 传媒议程对公众议程影响的

出现、高峰、衰弱可能与罗杰斯所发现的新发明扩散的S形曲线极相似(Rogers, 1983)。一则传媒的议程项目只是在公众成员中逐渐地扩散,使之知道了那个题目。最后,在2—3个月之后,已为问题积累起了足够的传媒报道,使该问题在公众议程上,上升到优先位置,以后这个问题在公众议程的位置逐渐下降。传媒报道越深入,下降得就越快(因而,在议程设置过程的这一最后阶段,传媒议程和公众议程之间是低相关)。

分析单元的非集合化

在议程设置研究中,所运用的各种研究方法导致人们发现这些方法缺少高水平的整合,这造成了共同研究更为困难。一位评论了大众传播学者的公众议程设置研究的学者说:“过去的研究在设计上缺乏统一性。许多研究很少共用(常常是附带地)共同的分母……关于议程设置研究不受控制地在许多方向上都分了叉(Eyal, 1981, p. 231)。这样,尽管人们接受了麦库姆斯和肖的关于研究公众议程设置的范式,但在一个主题(像在议程项目研究的类型、被内容分析的特定的传媒或分析的单元)上有许多变化。这些体现在关于议程设置研究的文献中。可能在将来关于公众议程设置的研究中,进一步的变化是需要的。进一步变异性的一个方向与非集合化有关。

许多公众议程设置研究,特别是在这一研究传统中的早期调查研究,非常集中于数据分析。在测算各种议程中项目的相对突出性中,一群公众的全体成员被集中起来共同使用,似乎是在项目排列和在接触传媒议程方面,个人差异或是不存在,或是不重要。当然了,公众议程不是一个同质的总合,一些研究议程设置的学者(如 McLeod et al., 1974)开始测量和调查研究个人在给予一个议程项目的优先位置上的差异。接触到传媒和看传媒中哪些内容,是每个人给予不同新闻事件以优先地位方面个人差异的决定因素。《雷利时报》(Raleigh Times)对法律和秩序问题

的大量报道，如何能影响“教堂山”的一位未订这份报的居民呢？或者影响只看报上连环漫画和体育新闻的一个人呢？

麦库姆斯和肖研究了传媒议程和公众议程中的数据总共有 5 类问题。其中之一，对外政策，1968 年总统竞选时传媒内容的 10% 是这方面的（1972）。如果数量更多的、更为准确的议程项目分类，比如说 20 个或 120 个项目，那么利用什么项目呢？在集中个人的反应（关于公众议程）和大众传媒内容时，将会淘汰较少的信息。不幸的是，“在公众议程和传媒议程间的相关强度会因分类数，或在一份优先考虑问题清单上项目的数，而发生变化——清单中项目越多，相关性越低”（Gandy, 1982, p. 6）。而且不幸的是，研究议程中的项目数越少，研究中发现的用途越小，因为它们具有高度集中性的特点。

在早期关于议程设置的研究中，使数据非集合化的一个方法应该一直是使用个别的被调查者（而不是竞选的问题）作为分析的单元。总之，议程设置的过程被设定为发生在（或不发生在）那些接触到传媒议程，然后形成自己本人的议程。虽然麦库姆斯和肖呼吁将来议程设置的研究进行这类个人层次的分析，但是他们没有利用自己的数据进行这类的调查研究（1972）。然而，在两年后，麦克劳德、贝克尔和伯恩斯坦报告了一项追寻个体差异的议程设置研究。后来的一些关于议程设置的研究探讨了个人上的差异。

集合的数量问题对把我们的注意力集中于受众成员的主观性也是重要的。公开承认每个人用不同背景和经验解释大众传媒信息的主观性揭示：公众必须以其特质尽可能地加以非集合化。一些在大众传媒报道一个问题之前，一直“敏感”于该问题的人，看到该报道后其反应可能会不同于一些从未接触过该问题的人。人们搜寻出和注意那些与他们相关的讯息。

麦库姆斯说：“议程设置不会在所有时间、所有人中、所有问题上产生普遍的影响”（McCombs, 1981a）。研究者可以调查

研究各种差异：(1) 在议程的项目中（如早期的议程设置研究）；(2) 在个人中（他们在自己议程中对一个问题安排的靠前还是靠后）；(3) 对时间。我们也可以看一看在议程设置中不同传媒的差异，像电视与报纸之间的差异，正如由麦库姆斯（1977）和其他一些学者已做过的那样。从我们对 15 年研究的分析中，议程设置研究的总趋势是对分析单元的非集合化，以便可以利用更多领域的研究方法。

议程项目中更大的可变性

大众传媒在设置公众议程中对一议程项目的相对影响，很大程度上取决于事件：(1) 是否较为重要；(2) 是突发型还是逐渐缓慢发展型的题目。在一个较为重要的突发新闻事件中，新闻事件的重要性立即显现出来，新闻事件几乎立即攀升到了议程设置的顶端，并在那儿保留一段时间。通常公众没有其他传播渠道（类似个人经历）可以利用去了解这些新闻事件，这样大众传媒就迅速地把新闻事件放到公众议程的前列。

对一则相对缓慢发生的新闻（像干旱），传媒常常在“创造”问题中发挥着重要的作用。典型地讲，大众传媒发现缓慢发展的新闻事件是通过一则关于该事件特别壮观的讯息，这样的讯息在设置传媒议程中起着“激发器”的作用（Cobb & Elder, 1983, p. 85）。在埃塞俄比亚旱灾的例子中，由默罕默德·阿米尔制作的科勒姆难民营的电影于 1984 年 10 月在 BBC 然后在 NBC 播放。其他的美国大众传媒立即开始把它作为一则重要新闻题目专门报导这场灾难。公众相当迅速地认为埃塞俄比亚旱灾是个重要的问题。由美国政府和摇滚乐音乐家（他们从公众中吸引了大量的财力支持）例子中，大众传媒帮助“创造”了新闻事件，设置了公众议程，并使通过捐款减轻埃塞俄比亚遭受痛苦的工作变得容易。

很多公众议程设置的研究，特别是 20 世纪 70 年代的研究报告，包括了范围相当窄的政治问题。对政治问题的着重强调是可

以理解的。从某种意义上说，传媒中大量新闻事件的特点“是”政治性的。但是很多其他新闻内容的特点与政治无直接关系，这些新闻事件也应包括在议程设置的研究之中，以便确定不同类型的传媒内容中的公众议程设置的普遍性。例如，万塔研究了主导新闻图片的公共议程设置的作用（1986）。

商业广告在议程设置过程中发挥了什么作用？对于这些议程的项目，广告必定是非常重要的。例如，80年代由苹果公司、IBM公司以及其他厂家，在个人电脑方面进行的激烈的广告大战当然一定会提高美国公众的电脑意识。近年来，个人电脑成为美国电视广告产品中最多的一种。尽管对广告的一些问题议程设置明显地发挥了重要作用，但传播学学者对广告在议程设置过程中的作用注意很少，不像对政治竞选给予那么多的重视。萨瑟兰（Sutherland）和盖洛韦（Galloway, 1981）以及豪泽（Hauser, 1986）则是例外，他们调查研究了消费者的商品议程如何受到广告的影响。

从一种意义上说，传媒议程设置影响的一个最有力的证据可能在于以下事实，即由大众传媒所完全忽视的问题和事件没有在公众议程上注册挂号。正如麦库姆斯所说：“议程设置的基本概念是自明之理。如果传媒就一个话题或事件对我们什么都不讲，那么在大多数情况下，该话题或事件将不会存在于我们个人的议程上或我们的生活空间中”（McCombs, 1976, p. 3）。不幸的是，对学者来讲，探索这类“非议程设置”过程是极端困难的，或是不可能的。因为这要鉴定没有被大众传媒报道的新闻事件或问题，这种鉴定无法通过传媒的内容分析测量出来。

尽管如此，这可能对将来传播学在非议程设置的观点上的研究有一种牵连。在过去议程设置研究中所调查的大多数问题或事件都是非常突出的。例如，像选举中的民权问题、失业问题、越南问题和通货膨胀问题都被研究过，随后的新闻事件，像水门事件，也被研究过。这些具有轰动性的问题或事件很难说是传媒内

容全部领域的典型。将来学者们对议程设置过程的研究应包括不太受传媒注意的问题或事件（从大到小，直到那些几乎不在传媒上提到的问题或事件），以及那些在公众议程上很少能挂上号的问题或事件。这类研究对调查者具有特殊的测量困难，因为它探讨的是非议程设置的过程，但这类研究可以增进我们理解目前关于议程设置的知识是多么的有限。或许由大众传媒影响的公众议程设置，只发生在那些在一个延续的时间内受到传媒的高度重视的、具有穿透性的问题和具有轰动效应的事件情况下。无论如何，把从目前对高度突出问题和事件的议程设置的发现直觉地推断于那些不突出的问题和事件上，肯定是危险的。

萨尔温选择了噪音污染作为他7个研究环境问题之一，因为它较少受到传媒的注意。他发现噪音问题在公众议程中排在低位，正如所预期的鉴于它在传媒议程中靠后。通过包括低凸现的议程项目于自己的研究中，该学者就有独特的能力获得大众传媒对公众议程设置影响的进一步证据。我们建议，在议程项目内一个更宽泛的变异性应结合在将来的议程设置研究中。

对政策议程文献的评论

调查研究政策议程的学者一直集中研究一项政策问题如何排在了—市、—州或全国政府的议程中。通常运用的是个案研究的方法，以试图重新构建在政治政策确定的过程中的主要事件和决定。一个例子是克伦森对空气污染的问题是如何排到了加里市（Gary）和东芝加哥市的政策议程上的研究（Crenson, 1971）。

与对舆论和政策关系兴趣相伴随的一直是在大众传媒议程对美国对外政策的影响方面的兴趣。正如科恩所说：

报刊在政治过程中的作用，就像人体中的血液，通过联结起广泛散布的各个部分，促使他们互相联系，并以提供它

们政治的和知识营养，使得我们今天所熟悉的（对外政策）过程得以继续（Cohen, 1965, p. 196）。

近些年来，学者们在有关政策议程设置的研究中，经常结合传媒议程及其他变量。例如，郎氏夫妇发现，水门事件是一个需要数月新闻报道才能列入公众议程的问题。当时，水门事件最后成为由美国政府官方采取行动的一项议程中的问题。在这一政策设置的特殊例子中，大众传媒影响所形成的公众议程设置导致了政府采取行动，然后是政策的形成（Lang & Lang, 1983, pp. 58—59）。

科恩进一步利用了舆论→政策决定者，大众传媒→政策决定者两种关系，他集中探讨了负责对外政策精英的议程（Cohen, 1963）。然而，作为一种对精英议程有意义的决定因素的舆论，没有以一种传播学者能够复制传媒议程→公众议程联系（例如，规范了关于竞选经费的较严的联邦法律）的方式，清晰地建立起来。这样，可能存在着大众传媒议程多种较长阶段的影响，而不只是形成了公众议程。朗氏夫妇对水门事件议程形成过程的分析要点是：大众传媒是一个各种成份彼此相互影响的过程中，唯一与政府和公众一道成份。这样对一问题的多重的议程设置在议程设置过程中主要成份之间复杂的反馈和双向的互动，可能发生在许多个案中。对于突发性问题，当传媒有优先获取信息时，传媒对政策决定者的影响可能比预期的要大；反之，当政策精英控制信息源时，他们可能被期待着去设置传媒议程。

展示了政策精英议程对传媒议程的影响的一个政策议程设置研究的例子，是沃克 1977 年对美国参议院中设置议程的研究。他评论到：

一旦一个新议题开始引起注意并被其他参议员认真的讨论，该议题就会在大众传媒中增加重要性，提出该议题的

人，在满足于促进自己看到的公众兴趣之外，还会从来自猛增的全国性报道中收到重要的政治回报。(Walker, 1977, p. 426)

沃克 1977 年调查了有关 1966 年美国参议院批准汽车安全立法的政策议程设置过程，对这一政策决定的重要先决条件是：(1) 在连续 15 年交通事故死亡率下降后，到 60 年代初交通事故死亡率在 4—5 年内持续上升；(2) 表明较为安全的汽车在设计上和改进座位、安全带所具安全潜力研究；(3) 一位积极活动的参议员亚伯拉罕·里比科夫 (Abraham Ribicoff)，他发起了一个小组委员会的听证会，他雇佣了拉尔夫·纳德 (Ralph Nader)，并提出了一项会导致史无前例地扩大联邦政府保护其公民安全活动的立法建议。

沃克划分了 (1) 每年平均开车百万英里的交通死亡人数；(2) 20 年来，包括 1966 年汽车安全法通过年，每年《纽约时报》关于交通安全报道栏目的英寸数。《纽约时报》上关于安全的内容大量报道发生在 1966 年，此后这类报道持续在一个高水平上。沃克总结到：“报纸是在对事件作出反应，不是激进争论或起到领导作用” (Walker, 1977, p. 435)。沃克就两项其他的安全法规，(1) 1969 年煤矿健康和安全法；(2) 1970 年职业健康和安全法，报告了类似的时间顺序，大众传媒的内容对政策决定者对一个问题的注意做出反应，而不是领导政策决定者对一个问题的注意。然而，请注意，沃克的调查研究并没有包括对有关交通安全的舆论的测量 (即公众议程)，这个变量可能会相当程度地丰富他的分析。在议程建构研究传统中的其他研究，通常都包括了当时对公众议程的测量 (Beniger, 1984)。

库克提供了一个传媒议程对公众议程，然后又对政策决定者议程发生影响的展示 (Cook et al., 1983)。他对在家庭健康照顾方面的欺诈和滥用的问题，用一种设计的实地实验方法 (通过

取样得到被调查者，分配其中一部分人看一则被研究问题的电视新闻节目，另一部分人看另一电视节目），通过事先和事后采访对芝加哥居民的一些被调查者进行了调查。对家庭健康关照难题的电视广播设置了公众议程。此外，在电视节目之后，对一小部分政府政策制定者的被调查者（有关家庭健康关照问题机构中的城市和州的官员）也进行了采访；结果显示：新闻节目也设置了公众政策制定者的议程，1986 年莱夫（Leff）、普罗特斯（Protes）和布鲁克斯（Brooks），1975 年戈尔蒙利（Gormley）以及其他关于政策议程设置的研究提供了进一步的支持。

在最近一份关于大众传媒对联邦政策制定影响的研究中，林斯基总结道：传媒比从前所指出的要重要的多。在对 500 名前政府官员进行调查和对 20 名联邦政策制定者进行采访后，他们中的 96% 的人说传媒对联邦政策有影响。大多数人认为这种影响是实实在在的（Linsky, 1986）。林斯基总结说，传媒可以通过对问题的积极报道加速决策制定的过程，也可以通过消极报道延缓决策制定过程。

政策议程设置研究者典型的做法是通过收集实地调查或民意测验所得的数据，运算出舆论，然后再把对公众议程的测量与精英的政策立场或行为相关联。有关联就认定政策制定者被调查的舆论所影响。正如科恩所提到的，这种假定常常不产生结果。在对美国国家部门的政策制定者的采访中，科恩展示，舆论是通过个人的直觉和经验“感觉”到的，不是通过利用测验民众的数据得到的。政策制定者的说法像“我对评估观点的计算机方法持保留态度”及“你不能依据 IBM 的机器管理一个政府”，这使得科恩总结到，在美国国家部门的政策制定者“感觉”舆论的基本资料是同行和大众传媒记者的人际网络以及传媒新闻的内容（Cohen, 1983, pp. 67-68）。照科恩看来，国家部门政策制定者认为，传媒议程就是公众议程。因而，当时舆论调查的结果可能像“客观的”公众议程测量一样有价值。传媒议程被政策制定者认

为是一个更好的公众议程的标识。

对政策议程设置研究的回顾，我们可以总结以下三条基本概括：（1）公众议程一旦被传媒议程所设置或所反映，就影响了精英中决策制定者的政策议程，在一些情况下，影响了政策的贯彻执行；（2）传媒议程似乎对精英决策制定者的政治议程，有时对政策实施具有直接的、有时是很强的影响；（3）对一些问题，政策议程似乎对传媒议程具有直接的，有时是很强的影响。

讨 论 与 总 结

在这最后的一部分中，我们将谈3个问题：（1）以学得的经验形式就议程设置过程做概括总结；（2）把议程设置更密切地与其他大众传播理论结合起来；（3）对将来议程设置的研究和理论方向提出我们的建议。

学得的经验

从过去15年关于议程设置过程研究中，我们学到的主要理论和方法论的经验是什么呢？

（1）大众传媒影响公众议程。科恩（1993）的比喻所表明的主张，被从大多数涉及议程项目、公众的类型和在时间点等广泛领域所作的公众议程设置调查研究中得出的证据所普遍支持。

（2）对领悟大众传媒议程如何影响公众议程，理解传媒议程设置是一个必要的前提。

（3）公众议程，一旦被传媒议程所设置或所折射，就会影响精英决策制定者的政策议程，在一些情况下还会影响政策的实施。

（4）传媒议程似乎对精英政策制定者的政策议程，在一些情况下还会对政策实施具有直接的、有时是很强的影响。

（5）政策议程对一些问题似乎对传媒议程有种直接的，有时

是很强的影响。

(6) 议程设置研究中方法上的发展是从一点、横断面方面的研究发展到更为精细的研究设计,以便能对议程设置作为一个过程进行更准确的探讨。

(7) 15 多年来议程设置研究史中的总趋势是朝着分析单元的非集合化方向发展,以便能够:a. 利用更多种的研究方法;b. 对议程设置过程有一个更准确的理解。

(8) 议程设置过程研究中两种主要研究传统的学者们,特别是那些研究公众议程设置的学者,需要相互更加全面地了解对方的研究和理论,以使议程设置研究成为一个更为统一的整体(我们对两个研究传统的评论分析显示出,在这个方面很少学术交流)。

把议程设置与大众传播理论相联系

麦奎尔和温达尔在他们关于传播模式的书中说:“议程设置理论似乎与其他方法有些界线,这些界线又未清楚地标出。这与诺埃勒-纽曼(Noelle-Neumann, 1984 沉默螺旋)的观点、利用和满意的方法、新闻扩散的模式有相似之处”(Mc Quail & Windhal, 1981, 也还可能加上游行队伍中领头乐队车的研究)。本文作者感到,围绕着议程设置学术研究领域所设下的学术界线应打破,以便能与大众传播理论和其他研究领域进行概念和方法上的观点交流。在此我们提出一些比较明显的在将来的工作中可以探讨的共同之处。

如果议程设置过程受到公众需要和兴趣的影响,那么利用和满意研究传统明显地与议程设置相关(Shaw, 1979)。另一方面,如果一个议程的项目被大众传媒的专业人士所选中,然后在他们的传媒上加以有特色的描写,导致它攀升到公众的议程,那么公众中个个成员的需要,在议程设置过程中不那么重要。利用和满意的方法与传媒议程如何被设置之间的关系是一个相对研究

不多的课题，因而，目前评估利用和满意方法如何运用于议程设置似乎是困难的：如果一个人有关一些所需课题的信息与有关该课题传媒议程不匹配（传媒议程已设置了），那么大众传媒在设置公众议程中，对该人在该特定议程项目的影响极小。

利用和满意以及传媒系统依赖理论（Ball-Rokeach, 1985）针对的是积极的受众成员，而不是议程设置研究所指的一位消极受众成员。“传媒系统依赖”被定义为：一个人依赖一种特定大众传媒或一类大众传媒，获得信息以满足该人目的的程度。传媒系统依赖与议程设置的相关之处，类似于利用和满意研究与议程设置的那种相关：传媒将只能传递一个问题议程到那些目的与传媒提供的目的相似的人。对议程设置研究可以从中得到什么经验呢？差异不仅仅在受众（对个人）而且也在由事件和问题构成的传媒议程。没有非集合化，传媒的影响将冲淡或是全能的。而事实上人与人、议程的项目与项目可能都是不同的。议程设置研究设计的总趋势，一直在向非集合化方向发展。对分析单元的非集合化的进一步敏感，将有助于加深我们对议程设置过程的理解。换句话说，目的就是普泽沃斯基和托伊恩所称之的“密分析”（thick analysis）（Przeworski & Teune, 1970）。

议程设置的观点已被（我们认为是有用地）运用于更好地理解大众传媒、舆论和政策制定者在社会中的作用。这些概念对其他类型的社会系统，不只是大社会，也具有潜在的应用性。例如，一个议程设置过程必定发生在一个组织内，并事实上对理解一个组织内变化如何发生一定是非常重要的。在过去的10年中，一个小型的组织调查研究就曾利用了议程设置的概念，去理解一个组织如何开始接受（或反对）一项新发明的进程。严格地讲，议程设置是不断地在各个组织中进行的，组织性的难题可以创造出接受一种新发明的需求，新发明被鉴定和详细说明。然后，为有助于解决突出难题提供进一步的解答（包括解答新发明）和研究周围环境（Rogers, 1983, p. 363）。有时，在一个组织中、

一个人或几个人得知一种新发明可能会创造一种他们若不知道该发明就不会存在的需求。难题从组织的议程对照一些发明，到新发明被实施（即，被运用），遵循着在一个组织中接受新发明过程的议程设置步骤。

沃尔克根据他对美国参议院立法程序的研究，总结说：“那些操纵以形成立法议程的人，在整个政治过程中，有能力通过确定注意的焦点和精力，多次扩大他们的影响”（Walker, 1977, p. 455）。在一个组织内（或任何其他系统）议程设置的角色是一个非常有权力的角色。因而，在任何系统中（包括社会）议程设置过程的研究，从广义上说，是对权力过程的研究。

议程设置的方法可能同样对研究探讨对外政策行为是个有用的方法，对研究国际关系的学者是个长期感兴趣的一个依赖变量。总之，权力在大多数国际关系理论中一直仍是一个中心概念。而且，对外政策的分析一直受理论进入死胡同的困扰。这种状况至少已引起一位国际关系学者质问：对外政策的分析现在是不是“一种令人怀疑的假科学”（Smith, 1986）。政策议程方法，广泛运用于地区、州和国家问题的政策议程研究方法，可能在国际政策分析的层次上同样会是有效果的。这种方法类似于罗斯诺（Rosenau）的把国际政治分为代表纵向政治体系的4个“问题领域”的概念。罗斯诺（1987）以及曼斯巴赫（Mansbach, 1981）和瓦斯克斯（Vasquez）进一步强调了问题和议程，他们从研究权力的问题转到研究问题的权力。

可以很好地与议程设置研究相结合的其他传播学理论有：说服学（Reardon, 1987）、发明的扩散（Rogers, 1983），虚伪事件、多种无知和游行队伍中领头乐队车式的影响。但这类应讨论的问题超出了本文探讨的范围。

今后议程设置研究和理论的方向

本文开始时，我们引用了叶恩戈和金德的说法，“议程设置

可能是个恰当的比喻，但绝不是理论”。鉴于麦库姆斯和肖 1972 年的研究以来 15 年连续不断的研究活动，这种话可能似乎更像一个令人沮丧的评价。为什么议程设计研究者没有对理论的进一步发展做出贡献呢（假定叶恩戈和金德两位教授悲观的评价至少部分可能是正确的）？一个基本的原因是：研究议程设置的学者把更多的精力用于进行实践性的调查研究，而不是放在了推进理论的发展。他们的研究普遍地转到了改进对传媒议程、公众议程和政策议程的测量；转到更及时地捕捉当时议程设置进行中的各个方面；转到更好的统计学方法和其他分析技术，以控制住可能的与传媒议程、公众议程和政策议程三个概念相关的以假乱真的关系。然而，我们感到，把日益增多的关于议程设置的研究发现消化为一种议程设置理论做得很不够，这就是研究的前沿。在这个前沿，理论发展的实验性建筑材料一直相对地未被充分利用。议程设置的研究以后需要一种全面的研究分析远胜于它所需要第 154 个实验性研究。

3×3 的矩阵是查寻关于传媒议程、公众议程和政策议程研究中“漏洞”的方法之一。这 9 种关系的确存在：传媒影响自己、公众和政策制定者；公众影响自己、传媒和政策制定者；政策制定者影响自己、传媒和公众。大多数议程研究表现在传媒对公众议程、传媒对政策议程、公众对政策议程的 3 种关系单元中。虽然把政策议程概念化为一种依赖变量的研究正在增加，但是把政策议程看作一种独立变量的研究非常的少。已有人提出了这类的分析：科恩在他对美国政府部门的调查研究中，指出政策制定者让传媒公开发表“公共关系”的资料，常常被这些人以发表对该政策问题的“来自公众的反馈”的形式加以重新解释。这类概念化要比矩阵单元暴露出更多的研究空间（Cohen, 1983, p. 178）。

所谈不多的是那些把大众传媒当作一种依赖变量的研究。特别是如果集中于那些假设最适于政府发挥影响的问题（如官方资

料透露出很少信息的突发事件或政府的资料具有关键性并逐渐形成的问题)时,对传媒议程先前的知识可能有助于我们观察现代社会中大众传媒。

一些研究设计,特别是最近的纵向研究,同时覆盖了 3×3 矩阵的一些模式。那些悉心探讨议程矩阵地位,以寻找说明“每个单元内”的可能条件,得出一些可以起到解释“各单元间”关系的研究值得注意;前者在于详细地说明影响将始终存在的条件,后者寻求的是些对社会中关键互动信息的概括。

建议

我们现在转到对将来议程设置过程研究一些具体的建议。

(1)对公众议程的测量需要改进。仅依赖单一调查问题以确定议程设置研究中一个如此重要和复杂的概念,就等于把一个非常大的研究结构放在一个单一的、相当单薄的需求上。询问被调查者关于优选问题的文字叙述当然是关键。例如,甘迪说:

“那些已经倾向于对里根政府的政策和所关心的事情离心离德和处于对立面的黑人,可能对以下问题‘今日政府所面临的最重要的问题是什么?’的回答相当不同于问题‘今日黑人所面临的最重要的问题是什么?’”(Ganay, 1982, p. 6)

测量公众议程的一种三角测量方法(利用两个以上不同操作以测量概念)将对大多数过去研究中只用一种简单的无结论性的询问是一种改进。

(2)将来的研究应追求更清楚地理解个人议程设置过程中的认知过程。

(3)将来的议程设置研究应包括议程中一个项目重要性的现实标识(例如,在美国吸毒者的数量,或死于艾滋病的人数)。罗森格伦(Rosengren, 1974, 1977, 1983)对总结“客观标识”做出了一个很好的范例。加迪和坦琼(Gaddy & Tanjong, 1986)亦是如此。议程中一个项目重要性的现实标识,可能是传

媒议程一个有用的预示，但它们解释不了多少传媒议程上议题先后的差异（Adams, 1986）。

（4）将来的调查研究应使用能控制会混淆传媒议程→公众议程→政策议程关系的可能出现的假变量的研究设计。

（5）将来的议程设置研究应在更多的国家进行。到目前，关于议程设置过程的研究在12个国家进行（Salwan, 1985）。这些国家的大多数是第一世界中的民主社会（即美国、丹麦、加拿大和澳大利亚）；在发展中国家的议程设置研究少之又少（Anokwa & Salwan, 1986; Chaffee & Tzcaray, 1975）。在第三世界国家（韩国、智利或利比亚），或在社会主义国家（像古巴或苏联），其议程设置也以相似的方式运转吗？议程设置研究在地域上的偏狭性历史剥夺了我们得知在多大程度上其他国家的传媒议程、公众议程和政策议程区别于或类似于在美国的发现。将来在其他国家的研究，尤其是对比研究，可能会有助于理解大众传媒经过舆论是如何影响社会，如何影响政策制定者和传媒之间的互动。

（6）涉及议程问题的更多变量应被纳入将来议程设置研究中。富有思想的批判已要求对大众传媒工业进行结构上的分析（Gitlin, 1978）。其他观察者已描述了传媒直接影响的扩散，付出了研究传媒与社会动力学的“过程”的学术代价（Rogers, 1986）。我们现在对相对短期的议程设置研究在两种传统中都有丰富的成果，然而，对描述长期的传媒对人的社会化（像“世界观”灌输）的实地性研究甚少。对大众传媒较长期影响的研究，可以从过去短期的（像议程设置的直接影响）探讨和理论中获益。对议程设置过程探讨的时间长度应拉长，以此去确定本文中总结出的议程设置概念框架，在多大程度上适用于公众议程中的那些似乎年复一年地保存在美国公众议程上的项目（如美苏对抗、世界人口、国内失业）。

（7）将来议程设置研究在研究政策议程设置和公众议程设置之外，应包括对传媒议程的分析。给人印象深刻的议程设置的研

究传统特别建议：议程设置应在大众传播的教科书中，给予理论的概括。然而，我们在翻阅了由柯伦（Curran）、古列维奇（Gurevitch）和伍尔拉科特（Woollacott）在1979年出版的，德福利耶（DeFleur）和丹尼斯（Dennis）在1985年出版的，多米尼克（Dominick）在1983年出版的，埃默里（Emery）和斯迈思（Smythe）在1986年出版的，以及彭伯（Pember）在1983年出版的5种教科书中，发现的并不是这种情况。这5种教科书表述了议程设置过程的基本观点，象征性地评论了1—2个议程设置研究，在各书中的论述篇幅只有2—3页。从这些教科书中可以得出结论：议程设置对理解大众传媒如何影响社会是不重要的。我们建议：议程设置的理论、方法和意外事件在大众传播的教科书中应引起更多的重视。

正如在本文前面所提到的，对公众议程设置过程进行研究的最初兴趣是由那些对大众传媒有限直接效果发生质疑的学者以及因而探究间接效果的学者们所刺激起来的。这种期待现在似乎已得以完成：传媒的确在设置公众议程中有重要间接影响。但是，大众传媒在设置公众的议程中，如何只有很少的直接影响而同时又具有很强的间接影响呢？麦奎尔（Mc Quail）和温达尔（Windahl）说：

这一假设（议程设置）可能似乎已摆脱了早期实验性研究散布的大众传媒影响很强这一看法的困惑，因为它主要处理的是得知信息，不是态度的转变或直接的观点转变。（Mc Quail & Windahl, 1981, p. 62）

换句话说，个人从大众传媒得知了议程中哪一项目比其他项更重要的信息；这一工作是由大众传媒完成的，尽管研究表明，这些传媒没有多大直接改变受众态度和观点的能力。这些从议程设置研究中得到的一般性研究成果，在直觉上是可以理解的。因

而，麦库姆斯和肖（1972）引自科恩（1973）的比喻认为，传媒议程会影响公众议程已在公众议程设置传统上的102个研究中得到了广泛的支持。

下面我们看一下议程设置研究的主要学术重要性。对于大众传播研究领域没有一个学术问题像传媒效果研究那样重要。推动大众传播研究领域过去30年的真实的问题一直是：为什么我们不能发现大众传媒影响的证据？议程设置研究被许多大众传播学者所看重，因为它已经证实了传媒“的确”具有一种间接的影响，即公众议程的设置。这种总结包含着引导将来研究的“幼芽”：大众传媒学者应调查对个人知识的间接的传媒影响，而不是对态度和行为变化方面传媒直接的影响。很明显，在议程设置之外，在传媒对个人知识的间接影响方面还有许多潜在类型。

我们已经呼吁在议程设置方面两种研究传统的进一步一体化。集中研究公众议程设置的学者应自问“那怎么做呢？”为回答这个问题，他们必须变得关注政策议程。同样，政策议程设置的学者不应只注意传媒议程，而且应该注意那些决定公众议程的各因素。简言之，将来对议程设置成份的研究应认识到，一体化的研究方法对议程设置在社会中影响过程可以更好地得出理论理解。

（关世杰译，译自：*Communication Yearbook* 11（1988），Beverly Hill, CA.：Sage, pp. 555—594.）

注释：

① In order for a research publication to be included in our synthesis of studies listed in Table 1, it was necessary for it to focus on variables related to one of three concepts: (1) the media agenda, usually measured by a content analysis of the mass media, (2) the public agenda, usually measured by an au-

dience survey, and (3) the policy agenda, as might be indexed by interviews with public officials, from legislative records, and so on. We did not consider it necessary for the author(s) of a research publication included in Table 1 (1) to use the term *agenda-setting* in the title (for example, Miller et al., 1979), or (2) to cite other publications on agenda-setting. We do not include convention papers in our literature synthesis unless they were presented so recently that they could not yet have been published in a scientific journal. Our categorization of the publications in Table 1 into the two research traditions is based mainly on what we considered their main dependent variable to be (public agenda-setting versus policy agenda-setting), although this distinction was not very clear-cut for several publications). Moreover, a number of the later publications measured both public and policy agendas.

② The tradition of inquiry into media agendas, though it has exhibited neither the continuity nor the quantity of work that characterizes the other two traditions, is nevertheless important for understanding processes of social influence. In a forthcoming work, the present authors consider the effects of various factors upon media agendas, including structural dependency, gatekeepers, and particularly influential mass media, real-world indicators of the importance of an agenda item, and spectacular news events that act as powerful symbols to affect the media agenda for the issue of AIDS in the United States.

③ There are other possible reasons for the rapid take-off of the invisible college of public agenda-setting scholars: For example, a number of these scholars might have independently invented the idea of agenda-setting research at about the same time. At least one such case occurred when G. Ray Funkhouser (1973a, 1973b) reported his research on public agenda-setting during the 1960s; he was unaware of the McCombs/Shaw paradigm until his research was in the publication stage. We conclude, however, that not much other independent investigation of the agenda-setting process occurred on the basis of the frequent citations to McCombs and Shaw by the public agenda setting research tradition. It is true that the policy agenda-setting research tradition was growing up almost without knowledge of the McCombs/Shaw paradigm, although this parallel tradition was inspired by the same metaphor. An equally intriguing question is

why the publication by Davis (1952) went virtually unnoticed.

参考书目：

- Adams, W. C. (1986). Whose lives count? TV coverage of natural disasters *Journal of Communication*, 36, 113—122.
- Almond, G. A. (1950). *The American people and foreign policy*. New York: Harcourt Brace.
- American Association for the Advancement of Science. (1986). *Media coverage of the shuttle disaster: A critical look*. Washington, DC: Author.
- Anokwa, K., & Salwen M. B. (1986). *Newspaper agenda-setting among elites and non-elites in Ghana*. Paper presented at the annual meeting of the International Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Norman, OK.
- Asp, K. (1983). The struggle for the agenda: Party agenda, media agenda, and voter agenda in the 1979 Swedish election campaign. *Communication Research*, 10(3), 333—355.
- Atwater, T., Salwen, M. B., & Anderson, R. B. (1985). Media agenda-setting with environmental issues. *Journalism Quarterly*, 62(2), 393—397.
- Atwood, L. E. (1981). From press release to voting reasons: Tracing the agenda in a congressional campaign. In D. Nimmo (Ed), *Communication yearbook 4*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Auh, T. S. (1977). *Issue conflict and mass media agenda-setting*. Unpublished doctoral dissertation, Indiana University, Bloomington.
- Ball-Rokeach, S. J. (1985). The origins of individual media system dependency: A sociological framework. *Communication Research*, 12, 485—510.
- Ball-Rokeach, S. J., & Cantor, M. G. (Eds.). (1986) *Media, audience, and social structure*. Newbury Park, CA: Sage.
- Barkin, S. M., & Gurevitch, M. (1987). Out of work and on the air:

Television news of unemployment. *Critical Studies in Mass Communication*, 4, 1—20

Bauer, R. A., de Sola Pool, I., & Dexter, L. A. (1963) *American business and public policy: The Politics of foreign trade*. New York: Atherton.

Becker, L. B. (1977). The impact of issue saliences. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 121—131). St. Paul, MN: West.

Becker, L. B. (1982). The mass media and citizen assessment of issue importance: A reflection on agenda-setting research. In D. C. Whitney, E. Wartella, & S. Windahl (Eds.), *Mass communication review yearbook 3* (pp. 521—536). Newbury Park, CA: Sage.

Becker, L. B., McCombs, M. E., & McLeod, J. M. (1975). The development of political cognitions. In S. H. Chaffee (Ed.), *Political communication: Issues and strategies for research* (pp. 21—63). Newbury Park, CA: Sage.

Becker, L. B., & McLeod, J. M. (1976). Political consequences of agenda-setting. *Mass Communication Research*, 3, 8—15.

Becker, L. B., Weaver, D. H., Graber, D. A., & McCombs, M. E. (1979). Influence on public agendas. In S. Kraus (Ed.), *The great debates: Carter vs. Ford 1976* (pp. 418—428). Bloomington: Indiana University Press.

Behr, R. L., & Iyengar, S. (1985). Television news, real-world cues, and changes in the public agenda. *Public Opinion Quarterly*, 49, 38—57.

Beniger, J. R. (1976). Winning the presidential nomination: National polls and state primary elections, 1936—1972. *Public Opinion Quarterly*, 40, 22—38.

Beniger, J. R. (1978). Media content as social indicators: The Greenfield Index of agenda-setting. *Communication Research*, 5, 437—453.

Beniger, J. R. (1983). *Trafficking in drug users: Professional exchange networks in the control of deviance*. New York: Cambridge University

Press.

- Beniger, J. R. (1984). Mass media, contraceptive behavior, and abortion: Toward a comprehensive model of subjective social change. In C. F. Turner & E. Martin (Eds.), *Surveying subjective phenomena* (Vol. 2, pp. 475—500). New York: Russell Sage Foundation.
- Benton, M., & Frazier, P. J. (1976). The agenda setting function of the mass media at three levels of "information holding." *Communication Research*, 3 (3), 261—274.
- Black, E. R., & Snow, P. (1982). The political agendas of three newspapers and city governments. *Canadian Journal of Communication*, 8, 11—25.
- Bløj, A. G. (1975). Into the wild blue yonder: Behavioral implications of agenda setting for air travel. In M. E. McCombs & G. Stone (Eds.), *Studies in agenda setting*. Syracuse, NY: Syracuse University, Newhouse Communications Research Center.
- Blook, W. (1982). Agenda setting: A review of the theory. *Media Information Australia*, 26, 3—12.
- Bowers, T. A. (1973). Newspaper political advertising and the agenda-setting function. *Journalism Quarterly*, 50, 552—556.
- Bowers, T. A. (1977). Candidate advertising: The agenda is the message. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 53—67). St. Paul, MN: West.
- Boyer, P. J. (1986). Famine in Ethiopia: The TV accident that exploded. In M. Emery & T. C. Smythe (Ed), *Readings in mass communication: Concepts and issues in the mass media*. Dubuque, IA: Brown.
- Carey, J. (1976). How media shape campaigns. *Journal of Communication*, 26, 50—57.
- Caspi, D. (1962). The agenda-setting function of the Israeli press. *Knowledge: Creation, Diffusion, Utilization*, 3 (3), 401—414.
- Chaffee, S. H. (1987). Assumptions and issues in communication science. In C. Berger & S. Chaffee (Ed.), *Handbook of communication science*.

Newbury Park, CA: Sage.

Chaffee, S. H., & Icaray, F. (1975). Mass communication functions in a media-rich developing society. In S. H. Chaffee (Ed.), *Political communication: Issues and strategies for research* (pp. 367-395). Newbury Park, CA: Sage.

Chaffee, S. H., & Wilson, D. G. (1977). Media rich, media poor: Two studies of diversity in agenda-holding. *Journalism Quarterly*, 54, 466-476.

Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1971). The politics of agenda-building: An alternative perspective for modern democratic theory. *Journal of Politics*, 33, 892-915.

Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1981). Communication and public policy. In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (Eds.), *Handbook of political communication* (pp. 391-416). Newbury Park, CA: sage.

Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1983). *Participation in American politics: The dynamics of agenda-building* (2nd ed.). Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Cobb, R. W., Ross, J., & Ross, M. H. (1976). Agenda building as a comparative political process. *American Political Science Review*, 70, 126-138.

Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Cohen, B. C. (1965). *Foreign policy in American government*. Boston: Little, Brown.

Cohen, B. C. (1967). Mass communication and foreign policy. In J. N. Rosenau (Ed.), *Domestic sources of foreign policy*. New York: Free Press

Cohen, B. C. (1970). The relationship between public opinion and foreign policy maker. In M. Small (Ed.), *Public opinion and historians*. Detroit: Wayne State University Press.

Cohen, B. C. (1983). *The public's impact on foreign policy*. Lanham, MD: University Press of America. (Original work published 1973)

- Commission on Freedom of the Press. (1947). *A free and responsible press*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protes, D., Leff, D. R., & Molotch, H. L. (1983). Media and agenda-setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers, and policy. *Public Opinion Quarterly*, 47, 16—35.
- Crenson, M. A. (1971). *The un-politics of air pollution: A study of non-decision making in two cities*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Curran, J., Gurevitch, M., & Woollacott, J. (Eds.). (1979). *Mass communication and society*. Newbury Park, CA: Sage.
- Davidson, R., & Parker, G. (1972). Positive support for political institutions: The case of Congress. *Western Politics Quarterly*, 25, 600—612.
- Davis, F. J. (1952). Crime news in Colorado newspapers. *American Journal of Sociology*, 57, 325—330.
- DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (1985). *Understanding mass communication (2nd ed.)*. Boston: Houghton Mifflin.
- DeGeorge, W. F. (1981). Conceptualization and measurement of audience agenda. In G. C. Wilhoit & H. DeBock (Eds.), *Mass communication review yearbook 2* (pp. 291—222). Newbury Park, CA: Sage.
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. New York: Henry Holt.
- Dominick, J. R. (1983). *The dynamics of mass communication*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology: The issue-attention cycle. *Public Interest*, 28, 38—50.
- Einsiedel, E. F., Salomone, K. L., & Schneider, F. P. (1984). Crime: Effects of media exposure and personal experience on issue salience. *Journalism Quarterly*, 61, 131—136.
- Emery, M., & Smythe, T. C. (1986). *Readings in mass communication: Concepts and issues in the mass media (6th ed.)*. Dubuque, IA: Brown
- Erbring, L., Goldenberg, E. N., & Miller, A. H. (1980). Front-page news and real world cues: A new look at agenda-setting by the media. *American Journal of Political Science*, 24, 16—49.

- Erkson, R. S. (1976). The relationship between public opinion and state policy: A new look based on some forgotten data. *American Journal of Political Science*, 20, 25—36.
- Erikson, R. S. (1978). Constituency opinion and congressional behavior: A re-examination of the Miller-Stokes representation data. *American Journal of Political Science*, 22, 511—535.
- Eyal, C. H. (1979). *Time-frame in agenda-setting research: A study of the conceptual and methodological factors affecting the time frame context of the agenda-setting process*. Unpublished doctoral dissertation, Syracuse University, Syracuse, NY.
- Eyal, C. H. (1981). The roles of newspapers and television in agenda-setting. In G. C. Wilhoit & H. DeBock (Eds.), *Mass communication review yearbook 2* (pp. 225—234). Newbury Park, CA: Sage.
- Eyal C. H., Winter, J. P., & DeGeorge, W. F. (1981). The concept of time frame in agenda-setting. In G. C. Wilhoit (Ed.), *Mass communication review yearbook 2* (pp. 212—218). Newbury Park, CA: Sage.
- Eyestone, R. (1974). *From social issues to public policy*. New York: John Wiley.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1984). *Social cognition*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Frazier, P. J., & Gaziano, C. (1979). *Robert E. Park's theory of news, public opinion and social control*. Lexington, KY: Journalism Monographs.
- Fryling, A. (1985). *Setting the congressional agenda: Public opinion in a media age*. Unpublished doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology.
- Funkhouser, G. R. (1973a). The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 37, 62—75.
- Funkhouser, G. R. (1973b). Trends in media coverage of the issues of the sixties. *Journalism Quarterly*, 50, 533—538.
- Gaddy, G. D., & Tanjong, E. (1986). Earthquake coverage by the Western press. *Journal of Communication*, 36, 105—112.

- Gadir, S. (1982) Media agenda-setting in Australia: The rise and fall of public issues. *Media Information Australia*, 26, 13-23.
- Gandy, O. H., Jr. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ: Ablex.
- Gilberg, S., Eyal, C., McCombs, M., & Nicholas, D. (1980). The State of the Union Address and the press agenda. *Journalism Quarterly*, 57 (4), 584-588.
- Gitlin, T. (1978) Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, 6, 205-253.
- Gormley, W. T., Jr. (1975). Newspaper agendas and political elites. *Journalism Quarterly*, 52, 304-308.
- Grunig, J. E., & Ipes, D. A. (1983). The anatomy of a campaign against drunk driving. *Public Relations Review*, 9, 36-52.
- Hauser, J. R. (1986). Agendas and consumer choice. *Journal of Marketing Research*, 23, 199-212.
- Hezel, R. T., Andregg, C., & Lange-Chapman, D. (1986). The agenda-setting function of TV movies: Newspaper coverage of TV movie social issues. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Norman, OK.
- Hibbs, D. A., Jr. (1979). The mass public and macroeconomic performance: the dynamics of public opinion toward unemployment and inflation. *American Journal of Political Science*, 23(4), 705-731.
- Hubbard, J. C., DeFleur, M. L., & DeFleur, L. B. (1975). Mass media influences on public conceptions of social problems. *Social Problems*, 23, 22-34.
- Hume, D. (1896). *A treatise of human nature*. Oxford: Clarendon. (Original work published 1739).
- Iyengar, S. (1979). Television news and issue salience: A re-examination of the agenda-setting hypothesis. *American Politics Quarterly*, 7, 395-416.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1985). Psychological accounts of media agenda setting. In S. Kraus & R. Perloff (Eds.), *Mass media and political thought* (pp. 117-140). Newbury Park, CA: Sage.

- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1986). More than meets the eye: TV news, priming, and public evaluations of the president. In G. Comstock (Ed.), *Public communication and behavior* (Vol. 1). New York: Academic Press.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters: Agenda-setting and priming in a television age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., Peters, M. P., & Kinder, D. R. (1982). Experimental demonstrations of the "not-so-minimal" consequences of television news programs. *American political Science Review*, 76, 848—858.
- Iyengar, S., Peters, M. P., Kinder, D. R., & Krosnick, J. A. (1984). The evening news and Presidential evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 778—787.
- James, W. (1896). *The principles of psychology*. New York: Henry Holt.
- Junack, M. E., McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1977). Using polls and content analysis to study an election. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 157—169). St. Paul, MN: West.
- Kaid, L. L., Hale, K., & Williams, J. (1977). Media agenda setting of a specific political event. *Journalism Quarterly*, 54, 584—587.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence*. New York: Free Press.
- Kepplinger, H. M., Donsbach, W., Brosius, H., & Staab, J. (1986). *Media tenor and public opinion: A longitudinal study of media coverage and public opinion on Chancellor Kohl*. Paper presented to the Joint World Association for Public Opinion Research/American Association for Public Opinion Research Conference, St. Petersburg, FL.
- Kepplinger, H. M., & Roth, H. (1979). Creating a crisis: German mass media and oil supply in 1973—1974. *Public Opinion Quarterly*, 43, 285—296.
- Kingdon, J. W. (1984). *Agendas, alternatives, and public policies*. Boston: Little, Brown.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York:

Free Press

- Kraus, S. (1985). The studies and the world outside. In S. Kraus & R. M. Perloff (Eds.), *Mass media and political thought*. Newbury Park, CA: Sage.
- Lambeth, E. B. (1978, Spring). Perceived influence of the press on energy policy making. *Journalism Quarterly*, 72, 11-18.
- Lang, G. E., & Lang, K. (1981). Watergate: An exploration of the agenda-building process. In G. C. Wilhoit & H. DeBock (Eds.), *Mass communication review yearbook 2* (pp. 447-468). Newbury Park, CA: Sage.
- Lang, G. E., & Lang, K. (1983). *The battle for public opinion: The president, the press, and the polls during Watergate*. New York: Columbia University Press.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. New York: Knopf.
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1948). Mass communication, popular taste, and organized social action [Reprinted in W. Schramm (Ed.), *Mass communication* (2nd ed.)]. Urbana: University of Illinois Press.
- Leff, D. R., Prosser, D. L., & Brooks, S. C. (1986). Crusading journalism: Changing public attitudes and policy-making agenda. *Public Opinion Quarterly*, 50, 300-315.
- Linsky, M. (1986). *Impact: How the press affects federal policy-making*. New York: W. W. Norton.
- Linsky, M., Moore, J., O'Donnell, W., & Whitman, D. (1986). *How the press affects federal policy-making: Six case studies*. New York: W. W. Norton.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt Brace.
- Lowery, S., & DeFleur, M. L. (1987). *Milestones in mass communication research: media effects* (2nd ed.). New York: Longman.
- MacKuen, M. B. (1981). Social communication and the mass policy agenda. In M. B. MacKuen & S. L. Coombs (Eds.), *More than news: Media power in public affairs* (pp. 19-144). Newbury Park, CA: Sage.

- MacKuen, M. B., & Coombs, S. L. (1981). *More than news: Media power in public affairs*. Newbury Park, CA: Sage.
- Manheim, J. B. (1986). A model of agenda dynamics. In M. L. McLaughlin (Ed.), *Communication yearbook 10* (pp. 499-516). Newbury Park, CA: Sage.
- Manheim, J. B., & Albritton, R. B. (1984). Changing national images: International public relations and media agenda setting. *American Political Science Review*, 73, 641-647.
- Mansbach, R. W., & Vasquez, J. A. (1981). *In search of theory*. New York: Columbia University Press.
- Mazur, A. (1981). Media coverage and public opinion on scientific controversies. *Journal of Communication*, 31, 106-115.
- McClure, R. D., & Patterson, T. E. (1976). Print vs. network news. *Journal of Communication*, 26, 23-28.
- McCombs, M. E. (1976). Agenda-setting research: A bibliographic essay. *Political Communication Review*, 1, 1-7.
- McCombs, M. E. (1977). Newspapers versus television: Mass communication effects across time. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 89-105). St. Paul, MN: West.
- McCombs, M. E. (1981a). The agenda-setting approach. In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (Eds.), *Mass communication review yearbook 2* (pp. 219-224). Newbury Park, CA: Sage.
- McCombs, M. E. (1981b). Setting the agenda for agenda-setting research: An assessment of the priority, ideas and problems. In G. C. Wilhoit & H. DeBock (Eds.), *Mass communication review yearbook 2* (pp. 219-224). Newbury Park, CA: Sage.
- McCombs, M. E., & Gilbert, S. (1986). News influences on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 1-15). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McCombs, M. E., & Masek-Waters, L. (1976). Agenda-setting: A perspective on mass communication. *Mass communication Review*, 3, 3-7.

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176—184.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1976). Structuring the "unseen environment." *Journal of Communication*, 26, 18—22.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1977a). Agenda-setting and the political process. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American Political issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 149—156). St. Paul, MN: West.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1977b). The agenda-setting function of the press. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 1—18). St. Paul, MN: West.
- McCombs, M. E., & Weaver, D. H. (1973, May). Voters' need for orientation and use of mass communication. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Montreal.
- McCombs, M. E., & Weaver, D. H. (1985). Toward a merger of gratifications and agenda-setting research. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratification research* (pp. 95—108). Newbury Park, CA: Sage.
- McLeod, J. M., Becker, L. B., & Byrnes, J. E. (1974). Another look at the agenda-setting function of the press. *Communication Research*, 1, 131—166.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1981). *Communication models for the study of mass communication*. New York: Longman.
- Megwa, E. R., & Brenner, D. J. (1986, May). Toward a paradigm of media agenda-setting effects: Agenda-setting as process. Paper presented to Political Communications Division at the annual meeting of the International Communication Association, Chicago.
- Miller, A. H., Goldenberg, E. N., & Erbring, L. (1979). Type-set politics: Impact of newspapers on public confidence. *American Political Science Review*, 73, 67—84.
- Miller, J. D. (1987) *The impact of the Challenger accident on public atti*

- tudes toward the space program* (Report to the National Science Foundation) Northern Illinois University, Public Opinion Laboratory
- Miller, S. H. (1978). *Reporters and congressmen: Living in symbiosis* (No. 53). Lexington, KY: Journalism Monographs.
- Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1963). The politics of agenda-building: An alternative perspective for modern democratic theory. *Journal of Politics*, 33, 892—915.
- Molotch, H., & Lester, M. (1974). News as purposive behavior: On the strategic use of routine events, accidents, and scandals. *American sociological Review*, 39, 101—112.
- Monroe, A. D. (1979). Consistency between public preferences and national policy decisions. *American Politics Quarterly*, 7(1), 3—19.
- Mullins, L. E. (1977). Agenda-setting and the young voter. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 133—148). St. Paul MN: West.
- Neumann, W. R. (1985). *The threshold of public attention*. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, New Orleans.
- Neumann, W. R., & Fryling, A. C. (1985). patterns of political cognition: An exploration of the public mind. In S. Kraus & R. M. Perloff (Eds.), *Mass media and political thought* (pp. 223—240). Newbury Park, CA: Sage.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The spiral of silence: Public opinion—our social skin*. Chicago: University of Chicago Press.
- O'Keefe, G. J., & Reid-Nash, K. (1987). Crime news and real-world blues. *Communication Research*, 14, 147—163.
- Page, B. I., & Shapiro, R. Y. (1983). Effects of public opinion on policy. *American Political Science Review*, 77, 175—190.
- Palmgreen, P., & Clark, P. (1977). Agenda-setting with local and national issues. *Communication Research*, 4, 435—452.
- Park, R. E. (1922). *The immigrant press and its control*. New York:

Harper

- Pember, D. R. (1983). *Mass media in America* (4th ed.) Chicago, SRA.
- Peterson, S. (1972) Events, mass opinion, and elite attitudes. In R. L. Merritt (Ed.), *Communication in international politics* (pp. 252-271). Urbana: University of Illinois Press.
- Pritchard, D. (1986). Homicide and bargained justice: The agenda-setting effect of crime news on prosecutors. *Public Opinion Quarterly*, 49, 19-37.
- Protest, D. L., Leff, D. R., Brooks, S. C., & Gordon, M. T. (1985). Uncovering rape: The watchdog press and the limits of agenda setting. *Public Opinion Quarterly*, 49, 19-37.
- Przeworski, A., & Teune, H. (1970). *The logic of comparative social inquiry*. New York: John Wiley.
- Qualter, T. H. (1985). *Opinion control in the democracies*. New York: St. Martin's.
- Rabinowitz, G., Prothro, J. W., & Jacoby, W. (1982). Salience as a factor in the impact of issues on candidate evaluation. *Journal of Politics*, 44, 41-63.
- Ramaprasad, J. (1983). Agenda-setting: Is not a 1984 or is a 1984 view. *Gazette*, 32, 119-135.
- Reardon, K. K. (1987). *Where minds meet*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Rivers, W. L. (1970). Appraising press coverage of politics. In R. W. Lee (Ed.) *Politics and the press*. Washington, DC: Acropolis.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology*. New York: Free Press.
- Rosenau, J. N. (1961). *Public opinion and foreign policy*. New York: Random House.
- Rosenau, J. N. (Ed.). (1980). Pre-theories and theories of foreign policy. In *The scientific study of foreign policy* (rev. ed., pp. 115-169). New York: Free Press.
- Rosenau, J. N. (1987). *Patterned chaos in global life: Structure and pro-*

- cess in the two worlds of world politics. Unpublished manuscript, University of Southern California, Institute for Transnational Studies.
- Rosengren, K. E. (1974). International news: Methods, data and theory. *Journal of Peace Research*, 11, 145—156.
- Rosengren, K. E. (1977). Four types of tables. *Journal of Communication*, 27, 67—75.
- Rosengren, K. E. (1983). Communication research: One paradigm, or four? *Journal of Communication*, 33, 185—207.
- Salwen, M. B. (1985). *An agenda for agenda-setting research: Problems in the paradigm*. Paper presented at the annual meeting of the Speech Communication Association of Puerto Rico, San Juan.
- Salwen, M. B. (1986, May). *Time in agenda-setting: The accumulation of media coverage on audience issue salience*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Chicago.
- Schudson, M. (1986). The menu of media research. In S. J. Ball-Rokeach & M. G. Cantor (Eds.), *Media audience and social structure* (pp. 43—48). Newbury Park, CA: Sage.
- Shaw, D. L. (1977). The press agenda in a community setting. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 19—31). St. Paul, MN: West.
- Shaw, D. L., & Clemmer, C. L. (1977). News and the public response. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 33—51). St. Paul, MN: West.
- Shaw, D. L. & McCombs M. E. (Eds.). (1977). *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. St. Paul, MN: West.
- Shaw, E. F. (1977). The interpersonal agenda. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 69—87). St. Paul, MN: West.
- Shaw, E. F. (1977). The agenda-setting hypothesis reconsidered: Interper-

- sonal factors. *Gazette*, 23, 230-240.
- Shaw, F. F. (1979). Agenda setting and mass communication theory. *Gazette*, 25 (2), 96-105.
- Shoemaker, P. J., Wanta, W., & Leggett, D. (1987, May). *Drug coverage and public opinion*. 1972-1986. Paper presented at the annual meeting of the American Association for Public Opinion Research, Hershey, PA.
- Siune, K., & Borre, O. (1975). Setting the agenda for a Danish election. *Journal of Communication*, 25 (1), 65-73.
- Smith, K. A. (1987). *Newspaper coverage and public concern about community issues: A time-series analysis*. Lexington, KY: Journalism Monographs.
- Smith, S. (1986). Theories of foreign policy: An historical overview. *Review of International Studies*, 12, 13-29.
- Smith, T. W. (1980). America's most important problem: A trend analysis. 1964-1976. *Public Opinion Quarterly*, 44, 164-180.
- Soderlund, W. C., Wagenberg, R. H., Briggs, E. D., & Nelson, R. C. (1980). Regional and linguistic agenda-setting in Canada: A study of newspaper coverage of issues affecting Political integration in 1976. *Canadian Journal of Political Science*, 13 (2), 348-356.
- Sohn, A. B. (1978). A longitudinal analysis of local non-political agenda-setting effects. *Journalism Quarterly*, 55, 325-333.
- Stimson, J. A. (1976). Public support of American presidents: A cyclical model. *Public Opinion Quarterly*, 40, 1-21.
- Stone, G. C., & McCombs, M. E. (1981). Tracing the time lag in agenda setting. *Journalism Quarterly*, 58, 51-55.
- Sutherland, H., & Galloway, J. (1981). Role of advertising: Persuasion or agenda setting. *Journalism Quarterly*, 58, 51-55.
- Swanson, L. L., & Swanson, D. L. (1978). The agenda setting function of the first Ford-Carter debate. *Communication Monographs*, 45, 330-353.
- Tardy, C. H., Gaughan, B. J., Hemphill, M. R., & Crockett, N. (1981). Media agendas and political participation. *Journalism Quarterly*,

- Tipton, I. , Hanley, R., & Basehart, J. (1975). Media agenda-setting in city and state election campaigns. *Journalism Quarterly*, 52, 15—22
- Walker, J. I. (1977) Setting the agenda in the U. S. Senate: A theory of problem selection. *British Journal of Political Science*, 7, 433 445
- Wallas, G (1914). *The great society*. New York: Macmillan
- Wanta, W. (1986). *The agenda-setting effects of dominant photographs*
Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Norman, OK.
- Watt, J. H., Jr., & van den Berg, S. (1981). How time dependency influences media effects in a community controversy. *Journalism Quarterly*, 58(1), 43—50.
- Weaver, D. H. (1977). Political issues and voter need for orientation. In D. L. Shaw & M. E. McCombs (Eds.), *The emergence of American public issues: The agenda-setting function of the press* (pp. 107—119). St. Paul, MN: West.
- Weaver, D. (1984). Media agenda-setting and public opinion: Is there a link? In R. N. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook 8* (pp. 680—691). Newbury Park, CA: Sage.
- Weaver, D., Graber, D. A., McCombs, M. E., & Eyal, C. H. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election: Issues, images, and interest*. New York: Praeger.
- Weaver, D., McCombs, M. E., & Spellman, C. (1975). Watergate and the media: A case study of agenda-setting. *American Politics Quarterly*, 3, 458—472.
- Weber, R. E., & Shaffer, W. R. (1972). Public opinion and American state Policy-making. *Midwest Journal of political Science*, 16, 683 699.
- Westly, B. H (1976). What makes a change? *Journal of Communication*, 26, 43—47.
- Williams, W., Jr., & Larsen, D. C. (1977). Agenda-setting in an off-election year. *Journalism Quarterly*, 54, 744—749.
- Williams, W., Jr., & semlak, W. D. (1978a). Structural effects of TV

- coverage on political agendas. In G. Gerbner (Ed.), *Journal of Communication*, 28(4), 114—119.
- Williams, W., Jr., & Semlak, W. D. (1978b). Campaign 76: Agenda setting during the New Hampshire Primary. *Journal of Broadcasting*, 22, 531—540.
- Williams, W., Jr., Shapiro, M., & Cuthbert, C. (1983). The impact of campaign agendas on perceptions of issues in 1980 campaign. *Journalism Quarterly*, 60, 226—231.
- Winter, J. P. (1981). Contingent conditions on the agenda-setting process. *Mass communication review yearbook 2* (pp. 235—243). Newbury Park, CA: Sage.
- Winter, J. P., & Eyal, C. H. (1981). Agenda setting for the civil rights issue. *Public Opinion Quarterly*, 45, 376—383.
- Winter, J. P., Eyal, C. H., & Rogers, A. H. (1982). Issue-specific agenda-setting: The whole as less than the sum of the parts. *Canadian Journal of Communication*, 8, 8—10.
- Wright, C. R. (1986). *Mass communication: A sociological perspective* (3rd ed.). New York: Random House.
- Lucker, H. G. (1978). The variable nature of new media influence. In B. D. Rubin (Ed.), *Communication yearbook 2* (pp. 225—245). New Brunswick, NJ: Transaction.

● 议程设置

首轮福特—卡特辩论的设置功能

琳达·L. 斯旺森

(Linda L. Swanson)

戴维·L. 斯旺森

(David L. Swanson)

紧随妇女投票者联盟发表声明所激起的真正公众兴趣和参与可能促成了1976年总统竞选中福特总统(Gerald R. Ford)和前州长卡特(Jimmy Carter)间在三次现场全国电视转播的辩论,以及两位副总统竞选人多尔(Robert Dole)和蒙代尔(Walter Mondale)之间的一场辩论。举行这类辩论,这仅仅是第二次。肯尼迪与尼克松面对面的争辩,通常被认为在1960年的选举中发挥了重要的作用。报告者和投票者一样都极想看到是否1976年的辩论会在大选中发挥了类似的关键性作用。

竞选中的三个因素助长了对辩论日益增长的兴趣。首先,福特已经开始缩小了在全国民意测验中显示的他与卡特间最初的较大差距,这使得许多人预想选举可能会很激烈,预想辩论可能决定是否福特会有取胜的机会。其次,尽管卡特在1976年总统候选人选拔会上和在民主党年会上,取得了引人注目的胜利,但仍是一名相对不为人知并使一些人困惑的候选人。这次辩论可提供给选民们一次机会,近距离地研究这位“神秘”的政治家。第二,责备卡特立场前后不一致和暧昧,已成为一个主要的竞选问

题。据信，辩论将一劳永逸地解决“卡特站在哪里”的问题。主要由于考虑到这些，到9月下旬一些仍把自己说成是“未作决定”的选民数量超常的多。如果福特打算在选举中向卡特做一次认真的挑战，许多观察家认为，他必须在第一场辩论中就开始。如果卡特要想维持微弱的领先地位到11月的话，他必须在各场辩论中表现出色。

可以理解，三场辩论中首场的听众最多。当1976年9月23日两位候选人在费城相遇时，据估计有1亿电视观众在收看。显然，报刊报道辩论的框架，大多数选民评估的框架，都认为这是一场对抗性的辩论，对抗中有一名胜者和一名败者。在辩论后几天进行的采访和民意测验表明，只有“小”胜者，进行采访和民意测验的人开始猜疑这些辩论的效果不具有他们所曾期待的那种关键性。卡特的支持者一般都认为卡特赢得了首场辩论；福特的支持者倾向于相信福特讲得更为出色；未作决定的选民似乎仍未决定哪位候选人已脱颖而出。

然而，说有广泛民众参加的首场辩论未能在一位总统候选人身上戏剧性地增加民众好感份额，并不一定是说辩论没有产生效果。在评论对肯尼迪-尼克松辩论调查时，卡茨（Katz）和费尔德曼（Feldman）总结到，这些辩论的一个结果是使得“一些更惹人注目”。^①与这一发现有同感，一份新闻杂志观察了1976年对抗性辩论，由于“辩论不总是讲清楚各问题，辩论的确使人们注意了这些问题。”^②由于首次辩论可能在选民对候选人的态度方面产生极少的直接影响，它可能对选民关于被强调的问题的相对重要性的态度发生了重大影响。可以由议程设置这一假设所预先指出的后一种影响的确重要，但它可能被众多的只问及“谁取胜了”这样的民意测验所掩盖。

议程设置假设

大众传播议程设置效果的重要性和相对新的概念是由科恩(Cohen)简洁地界定的:报刊“在大多数时间可能在告知人们怎么想上不成功,但是在告诉读者去想些什么上获得了使人吃惊的成功”^①。正如麦库姆斯(Mc Combs)所解释的,“换句话说,大众传播可能对态度的感情组成部分影响不大,但是它在态度的认知方面,具有重要的积累性的影响,这是大众传播的显著特色”^②。

议程设置假设认为,“传媒判断问题有多重要,我们就判断有多重要,传媒优先考虑的问题成为我们优先考虑的问题”^③。报刊通过对国内问题以一定量的注意,以显示问题的相对重要性;相应地,读者从报上得知了这类问题所具有的优先程度。把议程设置运用到福特——卡特的首场辩论就会认为,该辩论将通过他们对辩论中强调问题给予优先注意,影响选民的个人议程。虽然,这种影响形式不会被候选人或党派偏好所调合,但是会影响选民理解选举中最重要问题(反映在候选人演说和报刊对这些问题的对待上)是什么的愿望。

先前的研究已经提供了在全国、州和地方选举中,在短期和长期的条件下报刊设置议程的证据^④。议程设置假说似乎是检验首轮福特——卡特辩论具有重要潜在作用的一个有成效方法,这出于一些原因的。大量的未拿定主意的选民,以及辩论前卡特和福特的许多支持者表现出暂时性,表明对要选准的不确定性相当高。这种不确定性被认为是一种议程设置作用的最强条件^⑤。此外,由于很多议程设置研究已对一次竞选中报刊完全的报道的影响进行了探讨,这次福特——卡特的首轮辩论将会相对准确地测量一次特别重要和合适的竞选活动的直接影响。尽管在辩论中没有一个是明显的胜利者,观众对辩论兴趣高昂的程度表明,这些辩论对选

民提供了重要的信息。虽然这些信息可能不会直接影响他们对候选人的偏好，但议程设置似乎可能对该现象提供一个解释。

方 法

被调查的对象是伊利诺伊大学上口语传播概论课程的 83 名本科生。1976 年 9 月 17 日，在福特——卡特辩论的前 6 天，被调查者完成了一份问卷，问卷上有 2 则与本研究有关的 2 则信息。第一条，要求每位被调查者“列出你感到在决定 1976 年总统竞选中最重要的 5 个问题”，并依问题的相对重要性依次排列。第二条，被调查者指出哪家新闻媒体是他们关于政治的最重要的信息来源。1976 年 9 月 27 日。（9 月 23 日辩论后的头一个星期一），被调查者完成了第二份问卷，在这份问卷中他们再次排列了他们认为在总统竞选中最重要的 5 个问题。他们也指出在过去的一个星期中，为获得关于政治的信息一直接触的是哪家新闻媒体，以及他们是否看了首轮福特——卡特的辩论。为了确保被调查者去看该辩论是自愿的，他们在完成了第一份问卷后的课堂上从未提到过该辩论。收回第二份问卷中显示，被调查者中有 61 位看了该辩论，22 位未看该辩论。

被调查者列出了 25 个独立的竞选问题。依这些问题被提及的次数（辩论前、辩论后）以及依不同的群体（看了辩论、未看辩论）作了总体排队。这样产生了 4 组问题的排列。如果该辩论存在着议程设置的作用，就应在那些看了辩论的在辩论后那组问题中表现出来。

为了确定在辩论中提出的议程，辩论的电视节目被录了像并进行内容分析，辩论中对每个问题花费的时间用秒表进行了测量，并依每个问题在辩论中所花费时间的长短，对众问题进行了排列。时间是惟一被测量的变量，因为这是通过辩论可能体现各问题的相对重要性的方法，这类似于在印刷新闻传媒中文章篇幅

的长短^⑤。

为了核对辩论电视节目和第一次问卷完成期间,新闻传媒对被调查者个人议程的影响,也对新闻传媒议程进行了排列。在两份问卷中,由被调查者们提及最多的4份政治信息来源为《伊利尼日报》(*Daily Illini*, 校园学生的报纸)、《时代》(*Time*)、《新闻周刊》(*Newsweek*)和《芝加哥论坛报》(*Chicago Tribune*)^⑥。首场辩论后和第二份问卷完成前,对这些出版物的社论、报道竞选中各问题文章的篇幅(包括大字标题和图片)进行了测量,并对各资料进行了总计,产生出一份对各问题传媒的排列或产生的传媒议程。

这一处理过程产生了6种议程或竞选问题3次时机的排列。时机1的议程是辩论前(以后)看了辩论者和未看辩论者所组成的两组问题排列。时机2的议程是调查期间总统候选人在辩论中和新闻传媒对问题的两种排列。时机3的议程是辩论后,看了辩论者排列的问题和由未看辩论者所作的两种排列的问题。议程设置假说为:看过辩论者在时机3的议程应向时机2总统候选人辩论中提出的议程靠拢。即看过辩论者应一般地判断:在辩论中强调的问题“最重要”,与辩论议程相一致。相反的,依据该假设,没有看过辩论者的时机3的议程,不应受到辩论议程的影响。

6种排列或议程间的相互关联利用斯皮尔曼(Spearman)的密度(ρ)进行了测算。此外,对两个群体时机2的议程(即辩论和新闻媒体的议程)与时机3被调查者的议程之间的部分关联也进行了测算,以测定对时机议程的影响。我们相信这一处理过程会更准确地界定议程设置的作用,对所有相关的有意义的水平被设在.05。

结 果

图1表示了对看过辩论的被调查者、辩论和新闻媒体议程的

相互关系。对没有看过辩论者相应的结果见图2。对时机1中两组调查对象（看过与未看过辩论的两组人）的个人议程设置之间的相关是.49 ($P < .01$)。这表明，在辩论前两组人25个竞选问题的排列多少有些相似。此外，正如图1、图2所示，每组在时机1和时机3的个人议程间被观察到有高度积极的相关。在研究的这个阶段中，对每一组的个人的议程保持相对的稳定。

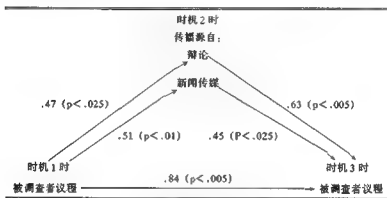


图1 看过辩论者的相互关系

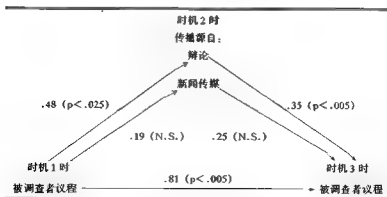


图2 未看过辩论者的相互关系

一个重要的发现与西尤恩 (Siune) 和博厄 (Borre) 称作的“表现效果”(representation effect) 有关^⑨。如果时机 2 的有关辩论或新闻媒体的议程与时机 1 的被调查者的议程显示出高度的积极相关的话, 那么参加辩论者或新闻媒体就折射出(或表现出)他们受众的个人议程, 显示出表现效果。如果这种相关高低, 那么就会相反, 辩论或新闻媒体的议程与被调查者的议程不同, 这种情况会导致议程设置的存在。以图 1 中可以观察到, 在时机 1 的后来看过辩论者的议程与时机 2 辩论和新闻媒体的两个议程之间, 发现具有统计学上的意义, 但不是非常高的相关。这提示, 时机 2 的两个议程与看过辩论的被调查者的最初的个人议程很相似。有趣的是注意到, 辩论和新闻媒体的两个议程, 虽然大体上看与第一组被调查的最初议程相似, 但辩论和新闻媒体两个议程互不相同。在时机 2 辩论议程和新闻媒体议程之间的相关仅为 .22 ($P > .05$)。

正如可以从图 2 中可以看到, 对辩论议程与时机 1 的受控群体的议程观察到了同样的表现效果, 然而在新闻媒体的议程和时机 1 的受控群体议程之间的相关并不显著。从这些表现效果的发现中可以得出两个结论。首先, 在福特—卡特辩论所设议程与被调查者看过该辩论后的最初个人议程之间的重大相关表明, 由于两种议程相似, 但离完全一致相差尚大, 以致于议程设置的影响可能发生。第二, 虽然该辩论的议程明显地与被观察者两个群体的最初个人议程都有几分相似之处, 但是新闻媒体的议程设置只与时机 1 的那些看了辩论节目的被调查者的议程相似。对这一发现的解释可以是: 没有看辩论者可能也相对地对政治新闻不太注意, 这样形成了不受新闻媒体较多影响的个人议程。

最重要的发现是关于该辩论的实际议程设置效果。当然了, 这种效果应当在时机 2 的辩论设置和时机 3 的看过辩论者的个人议程的高度相关中表现出来, 相应地该辩论议程与没有看过辩论者的个人议程之间的相关应相对地低。这样, 这种效果就不会被

时机1的被调查者议程设置和表现效果所掩盖,对时机2的辩论和时机3两组群体的个人议程的部分相关分别进行了测算,测算中对时机1被调查者议程的影响进行了控制。对那些看过辩论者这种部分相关是.49,那些未看过辩论者为.07。这种部分相关的差异具有统计学上的重要性($Z=2.39$, $P<.05$)与议程假说所预计的方向一致。

为了确定这种辩论显现的议程设置效果是否来自被调查者受到新闻传媒对辩论报道的影响会多于观看辩论所受到的影响,在时机2的新闻传媒议程与时机3的两组群体的个人议程之间的部分相关分别进行了测算,同样,测算中对时机1中被调查者议程对这种关系的影响进行了控制。对看过辩论者得出的部分相关为.05,没有看过辩论者相应为.17。这些相关的区别不是很大($Z=.47$, $P>.05$),这提示,议程设置的影响归于实际上看了辩论而不是随后的对辩论者的新闻报道。正如前面所讲,时机2中的辩论议程与新闻传媒的议程不相似。

讨 论

对时机2与时机3的两组被调查者群体的部分相关对比,清楚地指明了:辩论对看辩论者有显著的议程设置效果。议程设置假设认为,传媒(在本研究中特指福特—卡特辩论)对其受众传达了普遍的优先议程设置,但是传媒的实际的优先议程设置不一定再现在个人议程之中。^④人们期待曾发现一些中间群体,利用这些中间群体去综合他们的个人议程与传媒议程,而不是以牺牲个人的优先议程设置而全然接受传媒设置的议程。时机1和时机3中的两组群体个人议程高度积极的相关提示,实际上个人优先的议程设置在本调查研究阶段依然保持着。然而辩论的议程与时机3个人议程部分的相关使得我们总结如下:看过辩论的被调查者受到了影响,把辩论的优先议程设置综合到个人的议程设置

中，而未看过辩论者则不是这样。

对于那些观看了辩论的被调查者，他们随着辩论改变了个人议程，这种改变通过对照他们对国内政策和对外政策问题的相对重要性的评定能更生动性地体现出来。在辩论之前，那些把经济和对外政策问题排得相当靠前的人，与他们常接触的新闻媒体的议程相同。然而，辩论中的焦点问题完全是国内问题，税收、失业和通货膨胀是3个在辩论中最详细讨论的问题。在辩论之后，这3个问题对观看辩论者的个人议程中仍旧靠在前面，而对外政策和防务问题（这次辩论未谈及）的重要性降低了。那些没有看辩论的人，在辩论之后，在对外政策和防务问题重要性的排列上几乎没有变化。

这些发现提示，首场福特——卡特辩论对那些看过该场辩论的人起到了议程设置的效果，虽然这种效果被调查者持久的个人优先议程所调合。

那些看过辩论的被调查者的个人议程也显示出与本时期中观察到的新闻媒体的议程有些相似之处，而未看辩论的人不是如此。对这两组被调查群体之间差异的一种解释是，未看辩论者对问卷中有关政治信息最重要新闻媒体来源问题一般不答复，这提示：他们不如看辩论的被调查者注意政治新闻。如果这种解释是正确的，那么本研究的结果与议程设置假说的一般所预期的相一致，并进一步提示：首场辩论对看这次辩论者的议程的影响要比本时期新闻传媒的相应影响要重要得多。

总之，本研究的结果支持了以下结论：首场辩论对选民具有重要影响。本研究中看过辩论的被调查者似乎在个人优先的议程与辩论中讨论的相对重要的问题之间产生了一种综合的效果，显示出一种议程设置的效果。在一定程度上，公民们对竞选问题的评定成为他们的投票选择的基础，这肯定是一些政治具有重要性的一种效果。

(关世杰译, 译自: *Communication Monographs*, Vol.45, Nov. 1978, pp. 347-353.)

注释:

① Elhu Katz and J. J. Feldman, "The Debates in Light of Research: A Survey of Surveys," in Sidney S. Kraus (ed), *The Great Debates* (Bloomington: Indiana Univ. Press, 1962), p. 202.

② "Debating the Debates," *Newsweek*, November 8, 1976, p. 20.

③ Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy* (Princeton: Princeton Univ. Press, 1963), p. 13.

④ Maxwell E. McCombs, "Mass Communication in Political Campaigns: Information, Gratification, and Persuasion," in F. Gerald Kline and Phillip J. Tichenor (eds.), *Current Perspectives in Mass Communication Research* (Beverly Hills: Sage Publications, 1972), p. 182.

⑤ Maxwell McCombs, "Agenda-Setting Research: A Bibliographic Essay," *Political Communication Review*, 1 (Summer, 1976), 3.

⑥ For a current review of agenda-setting research, see McCombs, "Agenda-Setting Research."

⑦ Maxwell McCombs and David Weaver, "Voter's Need for Orientation and Use of Mass Communication," paper presented at 1973 International Communication Association Convention.

⑧ There is some controversy among mass communication scholars about the most appropriate method of determining the public's agenda. Many advocate the method used in this study; others advocate presenting respondents with a list of the issues covered by the media and asking them to rank order them. Considering the relatively small number of issues covered in the first debate, this latter method did not seem appropriate for the present study.

⑨ The "CBS Evening News with Walter Cronkite" was mentioned frequently as a source of political information, although not as frequently as these four print sources taken together. While the agenda of this program was similar

to that of the four print sources during the period studied, the "Evening News" was not included in the study. Previous research has found stronger agenda setting effects for print media (particularly newspapers) than for television. See Maxwell E. McCombs, Donald Shaw, and E. Shaw, "The News and Public Response: Three Studies of the Agenda Setting power of the Press", paper presented at 1972 Association for Education in Journalism Convention; Maxwell E. McCombs, "Mass Communication Effects Across Time", in Donald L. Shaw and Maxwell E. McCombs (eds.), *The Emergence of Public Issues* (in Process); and Leonard P. Tipton, R. D. Haney, and J. R. Basehart, "Media Agenda-Setting in City and State Election Campaigns," *Journalism Quarterly*, 52 (1975), 15-22.

⑩ Karen Siune and Ole Borre, "Setting the Agenda for a Danish Election", *Journal of Communication*, 25 (1975), 65.

⑪ McCombs, "Agenda-Setting Research", p. 3.

● 沉默的螺旋

大众观念理论：沉默的螺旋的概念

伊莉莎白·内尔—纽曼

(Elisabeth Noelle-Neumann)

这一章介绍的是“沉默的螺旋”，这一理论最初出现于1972年，在1980年被出版成书。该理论认为，大众观念并不是在18世纪才出现的。作为一种作用于政府和个人的力量，它已在所有的人类社会中存在了数千年，并且不断创造和保持着社会运作必需的和谐和一致。在“大众观念”这个词中，大众可以被理解为“群众的眼睛”、“人人均可见”的意思，因此，可理解为一种社会控制。观念一词指公开场合中被表达的观点和涉及价值观问题的行为。观念的力量来源于我们社会的本质，来源于社会对被禁止的观点和行为实施的严刑峻法，来源于个人对孤立的恐惧。恐惧使个人在社会允许的情况下以“准统计的方式”不断变化着，在社会中赞成的呼声不断升高时表达赞成的观点，在赞成的呼声下降时保持沉默，沉默进一步使原有的观点失去了民心。大众观念的压力对于政府来说是在权衡利弊赢得公众支持时一个不断冲突的根源。个人同样也经历着持续的冲突。这个冲突存在于他们个人的倾向、信念和必须遵循的社会要求之间。这一章讨论大众观念对经典的民主理论和对大众传媒作用的理解产生的影响，本章同样也提供了假设和方法来证明这些影响，同时还提供了针对核能的大众观念。

20 世纪 30 年代中叶，在 1936 年的总统大选证明有代表性的民意调查的方法提出的预测是正确的之后，人们对大众观念理论这一新兴科学的期望达到了高峰。就在几个月之后，一份新创立的期刊《舆论季刊》刊登的首篇论文就是艾尔伯特（Allport）的《大众观念向科学迈进》。1957 年海曼（Hyman）发表的论文《大众观念向理论化迈进》仍是可靠的。到 1970 年，理论界开始渐渐失去了耐心。在美国大众观念研究协会第 25 届年会上，布鲁斯特·史密斯（Brewster Smith）哀叹道：研究还未直面这一问题，那便是个人表达的观点是如何对社会、政治产生影响的。表达包含于任何一个大众观念的概念中，研究表达的问题已是政治学和社会学的首要之事。悉尼·韦伯（Sydney Verba）认为：

宏观政治学研究的是大众态度、行为和重要政治成果之间的关系。但很多政治学的关于大众观念的研究对于宏观的政治学的发展来说是无关紧要的，原因便在于大众观念研究的焦点在于单个的市民，并把他们作为了分析的单位。

从根本上说，二位发言人都在探求同一个问题的答案：被大众观念理论认定的个人观念的总和是如何被解释成为令人敬畏的政治权力，即所谓的“公众观念”？2500 年之前，亚里士多德在《政治学》中写道：民众共同观念的力量可使国王得以施行统治，相反，如果一个国王失去了大众观念的支持，他便不再是国王了。不仅仅是政府，每一个社会成员都要受制于大众观念的压力。约翰·洛克在 17 世纪晚期写道，如果大众观念对某一个人不利，他在社会中是无论如何也无法保持不受伤害的。詹姆斯·麦迪逊——美国宪法起草者之一——写道：“如果所有的政府真的依赖于观念的话，那么每个人的观念的力量和观念对个人行为的影响力将取决于个人设想的与他持相同观点的人的数量。理由

是，当独处时，个人是胆怯和谨慎的，他需要的坚定和自信与他持有相同观点的人的数量成正比。”因此，人类早已明白，自古以来，大众观念不仅对政府，同样也对社会中的个人施加了压力。然而，这些压力是如何发展、作用的，仍是社会学需要研究的一个课题。

随着“大众观念”这一术语被较狭隘地应用于政论操作中，这些研究的进一步发展变得更困难。以往认为大众观念作用于每一个社会成员的理论——正如约翰·洛克和詹姆斯·麦迪逊动人地描述的那样，托克维克也同样认为大众观念是每个人须屈从的牛轭——今天似乎已经被丢弃了。

本文文提出的观点是：如果我们不采纳一种完全不同的大众观念概念的话，在大众观念理论上我们将无任何进展。大众观念必须被定义为一种力量，我们必须努力去理解这种力量来源于何处，它对社会将产生何种作用。我自己对大众观念及理论的理解开始于对调查结果的研究，但至今还未找到一个解释。

1965 年德国大选带来的困惑

1965 年秋，作为阿兰斯拔（Allensbach）研究所的领导人，我对即将到来的德国大选作了研究。在研究过程中，我有了一个惊人的发现。在连续 6 个月中，二个主要政党在竞选中总是处于并驾齐驱的状况，意欲给他们投票的人数没有什么重大的变化。然而在同时，人们对谁将赢得大选的期望已发生了重大的变化。冬天过了一半时，第一次估计的结果已出来，二党均有获胜可能。然而 6 个月后，也就是大选前的 2 个月，基督教民主党与另一政党的可能获胜比例是 4:1，对基督教民主党胜利期望的升高在政治上有很大的重要性。大选前不久的两党间持平的竞争状况已被谁将赢得胜利的期望所左右了：在大选前的最后两周，基督教民主党赢得了 4% 的选票，社会民主党失去了将近 5% 的选

票。最后，在1965年的大选中，基督教民主党以领先9%的优势赢得了大选。

我们在1965年大选前8个月看到了两党不同的趋势，如果想对它们的差别作细致分析的话，下面的2个问题也许有助于解释为什么趋势会有不同：个人投票的倾向如何？人们期望谁会赢？提出“谁将赢得大选？”这一问题，比用其他的方法更适于测定投票倾向。当我们考虑到了这一问题时，便会又出现另一假设：如果公众对两大阵营的投票倾向的公开表露中存在着差异的话，这种差异必将导致过分估计“显眼”（即民众较多地选择公开表示投赞成票）的阵营，而低估了“不起眼”的阵营。这些估计——反过来，根据这一假设——在投票动机中确立了动力程序，即一阵营的“显眼”将鼓励他的其他的支持者们公开表示对此方赞赏，因此人们将得到了越来越深刻的印象，此方是卓越的。相反，“低估”将挫伤不显眼一方的信心。他们越来越保持沉默，致使其他的支持者们失去了信心，甚至使这一阵营在舞台上逐渐隐退。

沉默的螺旋的概念

1965年大选带来的困惑和对它的解释逐渐发展为沉默的螺旋的概念。这一理论认为在社会集体中，凝聚力得以不断确保的条件是：公众在价值观和目标上有足够的一致，这个“一致”便被命名为“大众观念”。除了在当前政治事务中要寻求一致外，在许多行为的外在模式中也突现出了一致，如对风俗或时尚的期望。脱离了社会一致的个人将受到孤独和被排斥的威胁。个人是害怕孤独的（这也许是潜意识的，由基因决定的）。这个恐惧感诱使人们不断地审视已被广泛接受的观点和行为模式，预计发生变化的潜在性和可能的方向。此理论认为人们作出上述估计时用一种准统计学的思想。估计结果影响了人们的行为，特别是他们

是否愿意说出自己的观点。如果人们认为自己的观点与公众的观念一致，他们将自信地把它说出来——不管是公开场合，还是私下——例如不仅可以通过纽扣和标签，还可以通过他们所穿的衣服和其他公开可见的标志来表明他们的信心。当人们认为他们的观点仅属少数时，他们将变得谨慎、沉默，因此进一步加强了公众认为此方薄弱的印象，直至明显薄弱的一方除了一些固守他们价值观的少数坚定的核心人物外彻底消失，或者直至此方观点成为禁忌之物。

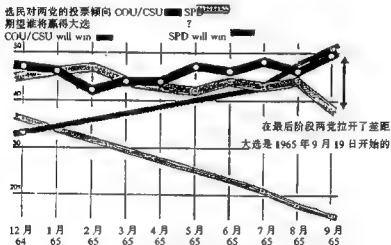


图1 1965年大选带来的困惑。选民对两党的投票倾向数月来一直没有发生变化，这表明两党即CDU/CSU和SPD实力是旗鼓相当的。然而，同时投票者开始普遍认为CDU/CSU将赢得大选。这是怎么回事呢？最终，我们发现是一种称为“乐队车作用”的效应影响了人们对谁将赢得大选的预期。

资料来源：阿兰·斯拔档案；IFD调查1095，1097，1098，2000，2001，2002，2003，2004，2005，2006。

注 SPD：德国社会民主党 CSU：基督教社会联盟 CDU：基督教民主联盟

针对公众观念的发展过程，我在1973年提出“沉默的螺旋”概念。须记住的是发展这个理论是为了解释凭观察和实验看到的在大选年发生的现象。其他理论若想解释这一现象，必须看它能否解释在人们预期的一党夺胜的可能由33%上升至51%，另一党由36%下降至16%，而公众投票倾向事实上未发生变化时，大众观念发生了变迁。像1965年发生的此类事件，一定是巨大的外力所为。因此，可以假定，我们研究的这个现象可用系统的观察和分析的方法来探明原因。

关于将被证明的理论的假定

证明一个理论是复杂的，因为它最初建立在四个独立的假定上，然后用第五个假定处理前四个假定之间的关系：

- (1) 社会使背离社会的个人产生孤独感；
- (2) 个人经常恐惧孤独；
- (3) 对孤独的恐惧感使个人不断地估计社会接受的观点是什么；
- (4) 估计的结果影响了个人在公开场合的行为，特别是公开表达观点呢还是隐藏起自己的观点；
- (5) 这个假定与上述四个假定均有联系。综合起来考虑，上述四个假定形成、巩固和改变了公众观念。

对“沉默的螺旋”理论的任何检验都必须将以上四个假定单个考虑，然后进行个案研究，通过“大众观念”，分析第五个假定提出来的四个假定之间的相互关系。

证明孤独给人带来恐惧

本理论认为，社会的凝聚力以惩戒脱离共同价值观的个人为基础，惩戒的方式便是使他们感到孤独，共同确信的力量——指大众观念——来源于人类的社会本性，即他们害怕的孤独。以孤

独来惩戒和害怕孤独是这个理论的基本要素。因此，此理论招致了大量的批评并不为怪，社会中的个体成员真正害怕孤独吗？如果他们真的害怕孤独的话，对孤独的恐惧感是否影响了他们的行为？这是遵从社会的原因吗？抑或还有基于人类理性的更好的解释？例如，模仿可被看作是一种社会学习行为，模仿的目的是为了接受那些不证自明的东西，或者是否寻求成功、被社会认可或奖励，代表了想站在胜利者一边的期望，即乐队车作用？

这些疑问表达了这样一个假设：孤独的威慑和对孤独的恐惧感是可以理解的。这些假定并不与理性的民主政体保持一致，也不与我们所怀有的做一个独立自主的人的理想一致，也不与自由主义和宽容的最高价值一致。关键词“孤独的威慑”和“对孤独的恐惧感”在各种各样的社会学、社会心理学、政治学的百科全书中都找不到，我们需要有力的事实来证明这二者在大众观念中扮演着重要的角色。

虽然我们也已尝试过用直接的民意调查的方法收集事实，如在一些调查中，被调查者被直接问道：“你害怕孤独吗？很害怕——只是有一点怕——还是根本不怕？”但是此法并不可行。因为孤独的威慑和对孤独的恐惧感被看作是不可取的社会行为和反应模式，而且人们大都未意识到这一点。因此，如涂尔干（Durkheim）在《社会学方法的规则》（1895年出版）中明确指出的那样——如不能直接抓住调查事件主题的话，应发现一些指示物，那些与主题并不完全一致的征兆可能有助于我们作出结论。

在20世纪70年代做的关于选举的研究中，我就运用了这样的指示物。它们包括一个询问为何某政党的拥护者的汽车轮胎被砍伤了的问题和为何司机在陌生城市中开车时，路人拒绝提供信息的问题。“我必须提及的是，司机穿的茄克上带有一个政党的徽记。那么你此时考虑的是什么呢？是在想这个徽章是表示支持了哪一个政党？”测验的问题是这么结束的。问题还包括哪一个

政党的海报经常落得个面目全非或被撕得稀烂的下场——这也是公众对那些党派支持者施以孤独的惩戒的一种指示物吧。

但是，我也曾经历过失败。有几项被认为是可作社会标尺的测验失败了。我们给接受测验的人一系列图片，图片上画的是一群人和一个离人群有一段距离的人，这个人站着或坐着，好像被人群排斥在外。但是，这些场景并没有被理解为孤独的威慑，而被接受测验的人理解为一种领导地位，那个离开人群的人被认为是一个领导者。

我发现，不同领域对孤独的威慑均有描述，这当中包括人类学。如玛格丽特·米德（Margaret Mead）描绘的原始民族的公众观念的形成过程。又如哈维兰德（Haviland）有关流言的发现。他把流言作为在日纳坎泰右（Zinacanteco）部落进行科学研究的主题。还有在那些记载枷刑的历史中（那时的枷刑仍是合法的）。枷刑在不同的社会中以各种各样的方式出现过。然而我仍在寻找一种测验孤独的威慑的十分简便的方法，终于，在研究关于动力学的文学作品中我找到了答案。

群体动力学是20世纪30年代作为群体心理学的一个独特领域发展起来的。群体动力学的研究目标之一便是探索是什么给予群体凝聚力，什么确保了群体的持续完整，如果单个的群体成员违反了规矩，危害了群体，那又会发生什么事呢？

群体动力学研究的实验包括三个阶段。第一阶段，群体通过劝说和友谊来重新赢得成员的可能性受到威胁。第二阶段，若劝说失败，群体将驱逐该成员。第三阶段，当所做的一切都无效时，第三阶段停止，这被群体动力学的研究者们认为“群体重新定义了它的边界”，即群体排斥了这个离群的成员，其实，所谓三阶段都是高度重复了爱德华·罗斯（Edward Ross）有关社会控制的理论，爱德华在他的有关社会控制理论的书中描述了社会是如何迫使一个反叛成员与社会统一，直至“社会肌体排除了这个‘死亡’的成员”。我曾对社会用以威慑成员的方法感兴趣过，并

在斯坦利·米尔格姆 (Stanley Milgram) 在法国和挪威作的有关社会一致的实验中发现了线索。在他的实验中, 斯坦利足智多谋地运用了声音威慑信号: 口哨, 嘘声, 嘲笑声。这些线索最终使我设计出测试威慑的实验, 并运用于在德国和英国进行的有代表性的人口调查中, 第一次调查的问卷内容如下:

我很乐意告诉您一个事, 它发生在最近一个有关核能的大型会议上, 会议上有二位主要发言人: 一个支持核能, 另一个反对。听众对其中的一位发言人发出了嘘声。那么, 您认为是支持核能的发言人还是反对核能的发言人被嘘呢?

72% 的德国被测试者认为支持核能的人被嘘了; 11% 的人认为反对核能的人被嘘, 不到 1/5 的人不置可否。在英国, 核能的支持者们也同样和敌对的民意状况联系在了一起, 只不过程度稍轻些罢了 (见表 1)。这说明德国和英国的被测试者们都知道了孤独的威慑, 他们同样相信他们明白每一方所持的观点是多么强烈地代表了民意; 只有 1/6 的人未做出决定。

表 1 在联邦德国和美国进行的有关孤独的威慑实验

核能:

问题: 我很乐意告诉您一个事, 它发生在最近一个有关核能的大型会议上, 会议上有 2 位主要发言人: 一个支持核能, 另一个反对。听众对其中的一位发言人发出了嘘声。那么, 您认为是支持核能的发言人还是反对核能的发言人被嘘了呢?

	1989 年 2 月联邦德国 (%)	1989 年 3 月英国 (%)
核能的支持者	72	62
核能的反对者	11	25
未作决定者	17	13
总计	100	100

资料来源: 德国有 2213 个被试者, 英国 1000 个被试者。

这项测验同样也可用来测试与其他事件相关的孤独的威慑力量。在民意调查中，多数与少数的界限越分明，我们便越可以假定这个分明的界限影响了人们在公开场合中是否乐意说出观点或是保持沉默。然而，值得怀疑的是生活在不同文化中的人们，在社会交往中也许以保持缄默为特征，那么，用于英国和德国的那些测验对于他们来说可以接受吗？例如，中国自公元4世纪开始使用2个并列的汉字代表“大众”和“观念”（即民意）。如果要测试沉默的螺旋是否是一个普遍的理论，我们就必须把这些问题重新措辞，才能使它们被广泛使用。又如在日本，我们用下述的问题来测试孤独的威慑：

在邻里间的见面中发生了一次有关核能的争执。一人支持核能，另一人反对。其中一人后来得知他背后被人诋毁。请问，您认为谁在背地里被诋毁？

这种测试的叙述方法利用了这一事实：在所有的社会中，流言均可作为孤独威慑的工具。

测试对孤独的恐惧感

要获得恐惧孤独感的事例必须采用与寻找孤独的威慑的事例一样的方式。一些对沉默的螺旋的理论持批评态度的人虽然承认了恐惧孤独感作为人类行为的推动力客观存在，但他们要求恐惧孤独感应变得更清晰可测些。

在有关这个理论的最初出版物中，我把阿施（Asch）在20世纪50年代早期进行的著名的线长实验作为恐惧孤独感存在的证据。但是，批评家们从各种各样的理由拒绝接受这些实验。他们认为，那个不受怀疑的被测试者——他必须在三条不同长度的线中选出一条与标准线相同长度的线——其实只能同意另外十个被试者的明显错误的判断，这十个人知道此项实验的目的，但因为他不相信自己的判断，而不是因为恐惧孤独。而且，阿斯库进一步实验也表明一个或两个人说出了正确的线，足以让其他被试

者不再作出错误的选择。如果寥寥的几个人足以使被试者坚持自己的观点的话，对孤独的恐惧感便不再那么强烈。但这个实验是在实验室里人工的与世隔绝的环境下进行，这个环境中没有真正的孤独的威慑，没有包括道德和审美的判断，没有将被试者暴露于公开场合，因此当然不能证明，恐惧孤独感在现实生活中会十分微弱。然而，就像要测试孤独的威慑一样，我们也显然需要一个简单的取自现实的测试，测试中应包括民意调查中的面谈。

首先，我设计了一个“威慑实验”，这个实验将在不吸烟者在场的情况下谈吸烟这个具有争议的话题。在面谈中，吸烟者们拿到了一幅草图，上面画的是一个人怒气冲冲地说：“我认为吸烟者真是一点也不体贴他人。他们强迫别人也吸进对健康有害的烟雾。”被测试者们要求写出自己对该图的评论。结果表明，在不吸烟者也在场这个情况下，许多吸烟者明显不愿公开为吸烟辩护。

恐惧、孤独的表现——尴尬

埃尔温·考夫曼（Erving Goffman）的工作有力地证明了恐惧孤独感的存在并把它运用到调查研究中。考夫曼既没有采用“恐惧孤独感”也没用“大众观念”这两个术语。他着手调查个人是如何根据他的境况——他是独立自主的还是与别人一起的——来改变行为的。他研究的焦点是人类的社会本质。这里，他比其他群体动力学的研究者们更进了一步。其他的群体动力学学者们的研究只局限于把人类群体作为主要群体或参照群体。考夫曼阐明了过去在科学上还是一个盲点的领域：从社会心理学的角度看大众。他写了一本标题十分简洁的书：《公众场合下的行为》（1963）。在这本书中，考夫曼把意识到自己处于大庭广众之下的感觉作为研究对象。

达尔文（Darwin）1873年出版的《人类和动物感情的表达》一书中讨论了人类的这样一种反应：这种反应仅发生在有他人在

场时，而当他独处时并不发生。尴尬是人类社会本质的一个明晰的指示物。达尔文认为，在许多可见的身体反应中，尴尬可以被明显流露出来，如脸变红或变白，发汗，结巴，姿势紧张，说话声音紧张、沙哑，音调异常的高或低、不自然地露齿而笑、向别处看（达尔文建议人们可采用减少视线接触的方法来避免发现自己正被别人盯着）。

达尔文把人性分为天生外向和内向的两个方面。外向的人顺应自己的社会本性。这一点可从客观的现象上得到证明，如脸红，动物是不会脸红的。达尔文把内疚、羞愧和尴尬三种情感作了区分。当一个人因为自己撒了个小谎而深深羞愧时，他可能并不脸红，但当他认为自己的小谎被别人发现时，他会马上脸红。达尔文认为，是羞愧导致了脸红。但是羞愧只是一种对别人如何看待自己的敏感，这种敏感来自于人类的社会本性。

考夫曼把达尔文的观察推进了一步，并制定了未来研究的计划。计划中包括哪些情境使人尴尬和哪类人对尴尬的敏感性最高。考夫曼认为尴尬是由于个人的无能、笨拙或违反了法律被发现而引起的。他把尴尬看作为一种温和的惩罚，迫使人们生活在一定的限制之中，至少在公共场合是这样。

然而，在研究恐惧孤独感和它在大众观念中所扮角色时，来自梅因斯大学（Universing of Mainz）的米歇尔·哈莱曼（Michael Halleman）首先发现了尴尬也是恐惧孤独感的表现。哈莱曼与阿兰斯拔研究所合作，把令人尴尬的情形分两步作了研究。第一步，他们把完成句子的测验放在了一个普遍的2000人的民意调查中，每个被测者拿到了一张画——男性接到的那张画画了一个男人，女性接到的那张画画了一个女人。画上一人对另一人说：“你能想象昨天发生了什么事吗？它特别令我尴尬……”采访者问道：“有两个人在交谈。不幸的是，这个男人或女人说到一半时被打断了，你认为他或她想说什么呢？他或她身上究竟发生了什么事？”

第二步，哈莱曼根据收到的2000份问卷的回答设计了30种情形，在随之而来的阿兰斯拔（Allensbach）调查中，这些情形被写在了分开的卡片上，交给被测者看：“这些卡片描绘了在某一时刻可能会令人尴尬的情形。请你根据这些情形是否让人尴尬，把卡片分类放在纸上。”

表2列举了各种各样令人尴尬的情形，表2还列出了来自德国、西班牙、韩国的调查结果。几年后，又进行了同样的测验。看来使人们尴尬的情形很难改变了，因为重复实验的结果几乎与上次完全相同。根据这个测验，我们才可以认为令人尴尬的情形大部分取决于文化传统，而且国与国之间并不相同。人们也普遍认为这些差异确实存在。

表2 在德国、西班牙、韩国进行的令人尴尬的情形的跨文化比较

问题：这些卡片描述了一些在某些时刻令人尴尬的情形。请你根据这些情形是否让你觉得尴尬，把卡片分类放在纸上。如果你不置可否，请把卡片放在一边。

觉得尴尬	德国 1983 (%)	西班牙 1984 (%)	韩国 1986 (%)
某人在公众场合下打你耳光	79	83	92
你被一位店员错误地指控入店行窃	78	89	88
在一个大商场里你不小心撞碎一个价值连城的水晶瓶	78	84	92
你在饭店吃饭时，不小心将汤泼在了裤子上	70	73	74
你在超市买了一车的商品，但在付款台前准备付账时，你发现自己一点儿钱也没带	69	65	84
你伤风时去看电影，但忘了带手帕	63	66	41
你和朋友去听音乐会。朋友睡着了，开始打鼾	63	59	63

问题 这些卡片描述了一些在某些时刻令人尴尬的情形。请你根据这些情形是否让你觉得尴尬，把卡片分类放在纸上。如果你不置可否，请把卡片放在一边。

觉得尴尬	德国 1983 (%)	西班牙 1984 (%)	韩国 1986 (%)
你所在的一个群体正讨论一个人，其实这个人一直在听，后来他也加入了这个群体	56	51	64
某人公开取笑你	56	68	76
在一条繁忙的街道上，你突然滑了一下，脸向下摔在了地上	56	76	75
火车上，你打开卫生间的门发现里面有人，原来他忘了锁门	55	71	88
你写信给人时写错名字	52	37	65
你在一位朋友家作客，无意间走进一个房间，发现有人正脱衣服	50	73	94
你遇见一位旧友，十分高兴地与他打招呼，但他连看也没看你一眼便走了	49	46	64
你遇见一位旧友，但记不起他名字了	45	41	66
工作了以后你觉得汗沍沍的，但你还没来得及洗一下就得上街去买东西	44	44	22
你计划和朋友一起去度假。当你到达目的地时发现，这儿还有个裸体游泳的海滩	43	59	—
火车上，检票员向你走来，但你却找不着车票了	—	—	92
你给朋友们说了个笑话，但谁听了都没笑	40	41	46
管道工来时，你的寓所里乱糟糟的	36	43	36

问题：这些卡片描述了一些在某些时刻令人尴尬的情形。请你根据这些情形是否让你觉得尴尬，把卡片分类放在纸上。如果你不置可否，请把卡片放在一边。

觉得尴尬	德国 1983 (%)	西班牙 1984 (%)	韩国 1986 (%)
你把衣服拖了很久才洗，结果复活节来了时，它还挂在绳上没干（韩国：新年）	33	17	28
你得在公用电话亭打个电话，这个电话要比平时长些。这时，已有 2、3 个人在外排队等待	31	39	69
你被一个电视台记者用摄像机拍了下来	28	39	74
你偶然救起一个落水儿童，结果一位记者一定要给你拍照，并把它登在当地的报纸上	27	37	62
周末时，你家黄油用完了，你不得不去邻居家借点	27	27	40
你中午时才发现你没擦鞋	26	25	11
透过旅馆薄薄的墙你可以听到隔壁屋发生的事	24	33	35
你在街上遇见一个人，但不知是否应和他打招呼	23	37	48
在一个半空的列车车厢中，一位乘客突然自言自语起来	15	31	23
打电话时你拨错了号码	12	16	16
你的名字被别人写错了	12	18	18
总计	1343	1498	1776
n	2009	1499	342

资料来源：德国：阿兰斯拔档案，IFD 调查 4031，1983 年 8 月，人数 16 人以上；西班牙，DA1A S. A., 1984 年 7 月，人数：15 人以上。南朝·Tokinova, 1986 年 9 月，人数，20 人以上。

在所有二个国家中，因救起落水儿童被登报的这种情形被许多人认为是一个尴尬的事，法国 27%，西班牙 37%，韩国 62% 的人都这么认为。这表明，尴尬不仅仅包括举止失礼，如考夫曼所说的那样，许多人也同样因为自己吸引了别人的注意而感到尴尬，如他们发现别人在公共场合盯着自己——即使这是一个看起来是值得称赞的事。

三国几乎一致认为以下的一种情形令人尴尬：你给朋友讲笑话时，没人发笑，40% 的被试者认为这是件尴尬事。法国中世纪的雅克·李·高夫 (Jacques Le Golf) 曾用笑的双重角色部分地说明这个原因，李·高夫解释道：希伯来人和希腊人用 2 个不同的词分别表示使人与人之间融洽的友善的笑和使人产生隔阂的嘲笑，但这种区别在拉丁语中并没有。可以这样理解，当某人讲笑话时，拒绝发笑是拒绝团结的表示，这种拒绝可进而理解为孤立。

哈莱曼在研究客观测定恐惧孤独感上比其他人更进了一步。根据使被测试者尴尬的情形的数目，哈莱曼计算出一个分值，把被测者来自社会本质的敏感性分为极端异常、异常、一般、有限和十分有限。恐惧孤独感便可据此作出相应的区分。哈莱曼采用可能孤立个人的有争议的话题来测定那些得分高和 low 的人在公开发表自己见解或保持沉默时是否会感到尴尬。他发现，尴尬感强烈的个人对于有争议的话题更倾向于沉默，哈莱曼进而研究尴尬感上得分高和保持沉默之间是否有一个普遍的联系，但结果表明尴尬感强的个人与其他人一样愿意加入无争议话题的交谈。在讨论如何证明第 4 个假设，即民意对个人是否愿意在公共场合表明观点的影响时，我还会谈到这一点。

测定准统计感

沉默的螺旋理论的第二个假设认为恐惧孤独感使人们努力去估计民意状况。为了描述这一现象，准统计感这个词被创造了出来，它的意思便是人们有能力估计争论中对方的力量如何。

之前，我曾提过一个现象，面谈中，大部分被测者在回答“大多数人的意见是什么”时并未犹豫，可见，他们在面谈之前已有了答案，这可算作对第三个假设的一个间接事例吧。不仅大部分的德国人，而且多数英国人和美国人在被问及不同阵营的力量对比时都有能力，而且乐意作出估计。

大部分人有能力估计不同阵营的相对力量这一事实与假定大众观念形成过程中的参与者主要形成了以利益和知识为特征的“特别公众”或“利益集团”相矛盾。18和19世纪的学者认为，一旦公众争论的主题需要道德尺度来衡量——戴维森（Davison）曾提到“道德狂热”——并由此与恐惧道德感相联系，它将很快“穿过墙壁和遥远的阿尔卑斯山”被大众观念吸收。

在科学讨论中有一批判理论认为，多数个人并不把他们的估计建立在观察的基础上，他们愿把自己的态度——“镜面感觉”（Lookingglass perception）——转换成对别人想法的估计。所以，对民意状况的估计常常有错。

实验证明“镜面感觉”理论是正确的，但又有理论说大众对某一阵营力量上升或下降的估计是正确的，并不以个人的确信为转移。表3和表4的例子表明公众从1972年至1988年对堕胎的看法的变化趋势和支持或反对更自由的堕胎法的人对民意状况的估计。另一个例子是对死刑的看法，在第一阶段的批判性讨论中已经提过这个例子了。它同样表明人们正确地感觉到了民意状况的变化，与个人的立场无关。

表 3

对堕胎态度的发展趋势

问题 “有 2 个人讨论在怀孕初期的几个月堕胎的问题。哪一个的看法与你更接近?”

下面是这个例子:

“任何堕胎行为都意味着扼杀生命, 所以, 原则上不应允许堕胎。只有当怀孕妇女的生命受到威胁时才能允许实行堕胎。”

“我不同意。每个妇女都有权决定她是否要这个孩子。原则上说, 她应自由决定是否堕胎。”

	1972 年 4 月 (%)	1983 年 7 月 (%)	1988 年 1 月 (%)
同意有权堕胎	59	44	33
认为无权堕胎	25	39	49
未作决定	16	17	18

资料来源: 阿兰斯拔档案, IFD 调查 2081, 4030, 40991 + 11。

注释: 1972 年问题的原始内容如下: “有人建议在怀孕初期的 3 个月内可以允许堕胎, 你的意见如何——是同意怀孕初期 3 个月内堕胎, 还是不同意?”

表 4

对民意的估计正确反映了人们态度的真实倾向

问题: “你认为大部分的德国人是否同意在怀孕初期的三个月内堕胎?”

	1972 年 4 月 (%)	1983 年 7 月 (%)	1988 年 1 月 (%)
总 体:			
赞成有权堕胎的人有:	45	28	34
反对的人有:	18	36	38
未作决定的人有	37	36	38
总 计	100	100	100
赞成堕胎的人认为:			
赞成堕胎的人有:	61	45	39

问题 “你认为大部分的德国人是否同意在怀孕初期的二个月内堕胎?”

	1972 年 4 月 (%)	1983 年 7 月 (%)	1988 年 1 月 (%)
反对堕胎的人有:	13	21	24
未作决定的人有:	26	34	37
总 计	100	100	100
反对堕胎的人认为:			
赞成堕胎的人有:	23	17	16
反对堕胎的人有:	34	52	50
未作决定的人有:	43	31	34
总 计	100	100	100

资料来源: 阿兰斯波档案, IFD 调查 2081, 4030, 40991 + II。

注释: 1972 年问题的原始内容如下: “有人建议在怀孕初期的 3 个月内可以允许堕胎, 你的意见如何——是同意怀孕初期 3 个月内堕胎, 还是不同意?”

对民意状况的估计常被扭曲, 自 20 世纪 20 年代以来, 这种状况被称之为: “复式无知”。“复式无知”基本上与沉默的螺旋理论一致, 它认为人们依据两种方法来估计民意状况, 即: 个人在他自己生活区域的即时观察和通过大众媒体得来的间接观察。如果某一观点, 在大众媒体上占统治地位, 必然导致对这个观点的过分估计。这一点并未使认为个人经常利用他们的准统计感估计每一方有多强的假设无效。

检测民意影响个人说出观点和保持沉默的假定

评估的结果——根据第 4 个假设——强烈地影响了个人在公共场合下的行为: 是说出还是隐瞒自己的观点, 是发表意见还是保持沉默。某一阵营的优点或其他阵营的缺点, 是使螺旋运动起

来的驱动力。为了证明这一点，我首先在大选研究中使用了一个问题，它是关于个人是否愿意在公众场合说出自己的确信之事，如大选的标志物。也可用其他方法达到检验民众是否愿意公开表明立场或保持沉默。如可向被测者提问：“最近是否有人与你接近，要告诉你应如何投票吗？”如果回答是“是的”，那么“他鼓励你投哪个党的票？”通常，调查人们是否愿意在有争议的事件上发表见解时用下列问题：“假定你在火车上要度过5小时的旅行时间，你车厢中的某人开始赞许某某政党（或反对某某政党），你会和这个人交谈吗？还是不愿与他交谈？”但当这一理论跨越国界时，有人抱怨这种测验在其他国家并不可行。因为对于被试者来说，很难想象要在火车上旅行5小时。于是，另一个问题取代了上面的问题：“假定你在公共汽车上要度过5小时的旅行时间，途中汽车会停下来，每个旅客可下车休息。休息时，一群旅客中的一个人开始谈论他们是否应支持某某或是反对某某，你会与这个人交谈，以便更清楚地了解他或她的观点吗？还是不愿这么做？”

杜拔克（Donsbach）和史蒂文森（Stevenson）的德美研究小组设计了一个问题。由一位电视记者在大街采访人们对一个有争议话题的看法。这种做法的不足之处是，被采访者要面对的公众的数目太庞大了。因为，毕竟电视每天吸引了最广泛的群众。哈莱曼发现，恐惧孤独感随着公众数目的增大而上升。这便是，对于上述的测验问题，有相当一部分人原则上拒绝说出自己的看法，这与他们感觉到的民意状况是否赞成或反对他们无关。因此，对这类问题的回答便显得没有太多意义了。

有批评指出，说出看法或保持沉默，或通过徽章、标签、缎带来表明心中确信之事，是由个人的倾向、爱好决定的。然而，我已在以前的出版物上指出，这不是一个在个人爱好和恐惧孤独感之间作取舍的问题；各种各样的环境因素共同作用，它们之间可能会相互加强或削弱，但这并不会否定它们各自的影响。对尴

施的研究证实了人类对孤独的威慑的敏感性分几个不同的层次。同时，研究还清楚地表明，敏感的个人也愿意公开支持自己的观点，但仅限于会产生孤独威慑的有争议的问题。

公众观念过程的研究：核能

总之，大众观念形成过程中四种行为模式的相互作用，可以以核能为例来描述。这个例子的前提已被满足了。因为德国对7家最有影响力的印刷媒体——包括4家全国性报纸，3家周刊——在1965年至1986年之间发布的新闻作了详尽的内容分析。在分析大众观念的情境中，“有影响的媒介”通常指内容可能被其他媒介引用的媒介。

20世纪70年代下半叶，人们通过内容分析的方法发现，有关核能的文章多了起来。同时，文章的态度也由对核能持肯定态度转向否定。20世纪70年代中期，阿兰斯拔的研究开始检测公众对核工厂的态度，并且预测未来民意会如何发展。此时，媒介已开始大量报道这一主题，而且报道的主旨是负面的。但直到1984年，相对多数的人还是支持核能的。与此相反的是，1977年首次进行的调查工作对民意状况——即人们如何看待核能的估计已经是负面的了，而且从1979年开始，负面的估计不断增加。这里，便可用“复性无知”一同来适当地描述这一现象。

长期以来，大部分人根据媒介的主旨和估计的民意状况来调整态度。直至1981年春，对未来人们对核能持何种态度的估计仍是乐观的，但从1981年秋开始，核工厂的支持者们开始处于防御地位，因为，几乎没更多的人来支持核工厂了。

到1981年为止，更多的支持者愿意公开表明立场，这超过了那些愿表明立场的反对者们，但1987年开始，核能的支持者们开始在表明立场方面比反对者们远远落下一大截。可见，争论是多么的激烈。1989年，新的问题被设计出来检测孤独感的威慑，结果表明，核能的支持者们面对着更大的孤独的威慑。

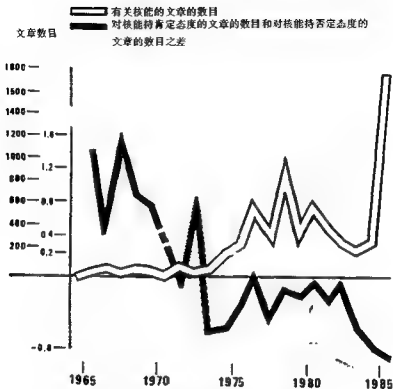


图2 内容分析：七家有影响的印刷媒体是如何对待有关核能的问题的（1965—1986）。

资料来源：凯普林（Kepplinger, 1988, p 665）。

这个例子具有教育意义，因为它从时间的角度显示了在公众意见形成过程中不同因素所扮演的角色，媒介的主旨或者说媒介主旨的变化在人们对民意的估计发生变化之前，人们对民意的估计发生的变化在个人态度变化之前。行为——愿在公众场合表明立场——根据对民意估计来调整，但反之，行为也影响了对民意

的估计，这个相互作用的过程形成了一个螺旋。

虽然如此，公众观念的形成过程并未结束。1988年，核能的支持者已处于少数，他们仅占人口的25%，反对者们占47%（见表5）。虽然要遭受民意的压力，但这些支持者们显示了要表明观点的巨大愿望。他们没有向沉默的螺旋屈服。他们的拒绝屈服的态度表明他们是持这种观点人中的“坚强核心”。

表5 德国人民对核工厂的态度 1977—1988

问题：“如果将一切情形都考虑到，你会赞成或反对继续使用核工厂吗？”

你能以黑白盒子为例告诉我你的态度吗？你可以这么做。顶端的白盒子表示“你很赞同”，底端的黑盒子表示“你十分反对”。因此，你越赞同继续使用核能，你就越会选择靠上的白盒子。你越反对继续使用核能，你就越会选择靠下的黑盒子。你的想法是什么呢？”

	1977年 9月	1979年 9月	1979年 5月	1981年 5月	1981年 3月	1984年 10月	1986年 6月	1988年 7月	1988年 2月
赞成使用 核能工厂 (+2至+5)	45	49	46	42	49	34	44	32	25
反对 (-2至-5)	23	20	36	27	22	30	23	41	47
未决定	32	31	28	31	29	36	33	27	28
总计	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n	2002	960	947	2032	1035	1983	2079	2175	2100

资料来源：阿兰·斯拔档案，IFD 调查 3047, 3065, 3070, 3073, 3094, 4001, 4045, 4075, 5000。

注释：调查尺度：“+5：十分赞成继续使用核工厂”到“-5：非常不赞成”。

坚强核心的概念已被很多人误解了。它并没有像猜想的那样使人们具有坚定的态度，“坚强核心”只是由一小部分人组成，他们手中权力过大，但在公众场合中完全处于防御地位。这一部分人在公共场合的行为几乎不被孤独的威慑或恐惧孤独感控制。

实际上，这部分“坚强核心”十分愿意公开表明观点。根据我们正在谈论的问题，这一小部分人可被称为“从社会肌体上掉下来的”一部分或称为“前卫”，他们把公共观念的过程重新启动起来并向相反方向运转。

媒介、大众观念和沉默的螺旋

这篇论文是有关公共观念和沉默的螺旋的概念的，它以系统论述理论提出的假设和提供验证假设的方法为焦点。

因为最初的论文十分简略。因此，这个概念很容易在学者派的讨论中被过分简单化。

表 6 对德国关于利用核能工厂的民意情况的估计

问题：如果暂时将你的看法放在一边，你认为在德国大多数人是支持利用核能工厂还是反对利用它呢？

	1977 年 9 月	1979 年 3 月	1979 年 5 月	1979 年 9 月	1981 年 3 月	1981 年 10 月	1984 年 6 月	1986 年 7 月	1988 年 2 月
赞成使用 核能工厂	24	24	21	21	28	17	14	14	13
反对使用 核能工厂	32	32	36	32	24	36	38	44	49
未决定	44	44	43	47	48	47	48	42	38
总 计	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n	2002	1950	947	2021	1035	1983	2079	2175	2100

资料来源：阿兰斯拔档案，IFD 调查 3047, 3065, 3070, 3094, 4001, 4045, 4075, 5000。

总的来说，这个模式可理解为由两个自变量和一个因变量组成。两个自变量是：(a) 在调查中观察到的关于某一话题的多数

人的意见和少数人的意见；(b) 对未来哪种观点会占上风，哪种观点会居下风的预期。因变量可看作为愿意说出观点或因恐惧孤独而保持沉默的倾向。导致最终结果的动力使愿意说出观点的一方更强些，同时，原保持沉默的一方看上去比实际要更弱些，并且不断减弱。

很明显，这个简略的模式缺乏必要的尺度：公共性，这个因素对于大众观念的形成过程来说是十分重要的；大众观念仅在带有道德含义的争论中才会形成（孤独的威慑并不适用于不含道德或美学因素的话题）。螺旋的早期和晚期的阶段，即前卫和坚强的核心，已被省略掉了。因为，大众媒介的影响是最重要的。

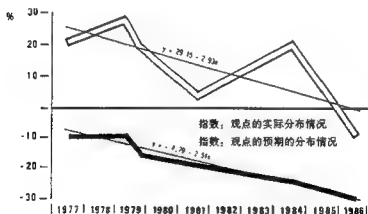


图3 在对待核能的态度上存在的“复式无知”。

真正的和预期的有关核能的观点。

资料来源：玛斯 (Mathes) 1989，调查数据来源于阿兰斯拔档案，IFD 调查 3047, 3065, 3070, 4001, 4045, 4075。

指数1：核能的支持者减去反对者所得的数目。

指数2：核能的支持者占总人数之百分比减去核能反对者占总人数的百分比所得的差。

一些验证沉默的螺旋理论的研究者们建议，开始研究时把媒介排除在外，这样可以检验更简单些。但如果媒介主旨和大众观念之间存在巨大差距的话，沉默螺旋的理论将不再适用。我从未发现沉默的螺旋与媒介的主旨相悖，因为，愿说出观点的勇气还部分取决于来自媒介的支持和允许。

表 7 德国人对开发核能的期待

问题：“你认为一年后德国支持核能的人会增加还是减少？”

	1977年 9月	1979年 3月	1979年 5月	1979年 9月	1981年 3月	1981年 10月	1984年 6月	1986年 7月	1988年 2月
赞成使用 核工厂 的人将增 多	37	43	38	38	37	23	14	9	4
赞成使用 核能工厂 的人将减 少	20	17	25	18	18	25	24	49	58
人数不变	21	21	16	25	24	29	42	27	25
未作决定	22	19	21	19	21	23	20	15	13
总计	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n	2002	1950	947	2032	1035	1983	2079	2175	2100

资料来源：阿兰·斯拔档案，IFD 调查 3047、3065、3070、3073、3094、4001、4045、4075、5000。

杜拔克（Donbach）注意到了所有检验沉默的螺旋理论的测试。他认为这些测试常常忽略此理论的一些十分重要的条件，例如，它们未能考虑到大众媒介和媒介的主旨的地位，而这二者是插入变量。一旦媒介的主旨和多数人观念之间存在裂缝，便可导

致著名的“沉默的大多数”。“沉默的大多数”并不是对沉默的螺旋理论的驳斥，相反，它表明了大众媒介影响大众观念的形成的能力是多么强大。媒介的主旨产生了孤独的威慑。它对估计民意状况十分重要。媒介给人们提供了词汇和论点，使人们能够明晰地表明自己支持某一方的立场。直至压力聚集之下某一观点在媒介中占有了优先权，这时才产生了孤独的威慑和恐惧孤独感。

分析大众观念至少需要6类信息；也可以这么说，要分析大众观念的形成过程和预测未来的趋势，需要以下信息，它们来自调查和对媒介内容的分析：

- (1) 持主要观点的人现分布于何处；
- (2) 对民意状况的估计（大多数人是怎么想的）；
- (3) 对未来是否成功的预测（哪一方会赢？哪一方会输？）；
- (4) 公开捍卫自己立场（发表见解）的勇气；
- (5) 话题含有多少感情和道德的因素；
- (6) 在议程设置中媒介讨论话题的主旨和强度（被其他媒介引用其内容，并引起政治家们注意的媒介）。

如果某一话题可收集到如上的信息，那么便可对民意的发展作出较好的预测。这些预测远远优于传统的利用调查数据进行分析得来的结论，因为后者根据对个人的调查，严格地以观念在人群中的传播为基础。

我们知道，人们的社会本性使人與人之间经常产生互动，这就是个人观点的总和产生了大众观念。孤独的威慑、恐惧孤独感、对民意状况的观察，对不同派系优缺点的估计决定了人们是说出观点还是保持沉默。

公众观念的整个形成过程需要付出巨大的努力——决定公共争论的议题，捍卫公众观念，改变公众观念，变迁价值观，包含时尚的有趣变化——公共观念使社会保持整合，正常运转。

公众观念中的大众和精英

哈伍德·恰兹 (Harwood Childs) 编纂了 50 个公众观念的定义。除了一些反而与研究主题相混淆了的定义, 所有的定义可分成两类。第一类把公众观念看作以多数人为基础一致意见, 需要某些内聚力。第二类认为公众观念是社会精英成员的观念。

恰兹认为 2 个定义必取其一, 或者是大众一致的概念或者是精英的概念。但事实并非如此。如果我们不能确定精英在公众观念形成中的有效作用, 我们在公众观念理论上就不会取得任何进展。没人怀疑精英对大众观念形成施加的重要影响和他们在理解民意时的领导地位, 但是我们必须放弃 19 世纪以来对精英持有的一种看法——认为精英是有责任心的、知识渊博的、有能力估计民意、观点常常被政府重视的人——这种看法把精英看作了大众观念的代理人。

根据我们已知的公众观念理论, 能影响公众观念的形成过程的精英仅指那些接近民众, 并在公众观念形成过程中发生重大事件时依赖民众的人。我们没有必要放弃关于有知识的公众在公众观念形成中所扮演的角色: 相关的民众的角色、利益集团的角色、作为旁观者的民众所扮角色等等的思想。我们仅需牢记, 当他们对公众观念施加影响时, 他们并没有构成公众观念所能产生的压力和社会控制力的一部分。

什么使社会得以存在?

每人都得经受压力和控制, 即使那些不投票和不感兴趣的人也同样。当我准备结束文章时, 我的一位同事汉斯·赛特伯格 (Hanz Zetterberg) 提醒我注意柏拉图对话录中的普洛特哥拉斯 (Protagoras) 的神话。在这个神话中, 根据宙斯的旨意, 每个人

都分得一项才能，如工匠手艺、音乐家的天赋或治病的本领。最后，赫尔姆斯（Hermes）要分配政治才能、正义感和羞耻感。赫尔姆斯问道：“我该像以往那样分配这些才能，还是把这些才能分给每一个人呢？”“分给每一个人”，宙斯说：“人人都应有这些天赋。如果只有一部分人拥有它们的话，城市便不会诞生。”

这个神话睿智的思想也在普洛特哥拉斯的问题中体现了出来：“如果世界上仅存在一个国家的话，市民们是否已没有了共同拥有的东西？”很奇怪，群体动力学目前仅聚焦于一个问题：是什么给予群体内聚力？但是，它并没有提出国家是如何保证内聚力不散的问题。沉默的螺旋理论常被批评缺乏理性。确实，这种对大众观念形成过程的分析并不能确保较好的观点能够流行。但是，也不能说以孤独的威慑和恐惧孤独感为基础的大众观念的形成过程是非理性的。因为，显而易见，社会是多么需要内聚力和整合。

结 论

从沉默的螺旋理论得出的结论首先应用于调查研究中。调查研究使理论得以产生，并使它能经得住经验主义的检验。除了与个人状况——事实、行为、观点、动机——相关的一系列问题，还有一类与个人社会本质相关的新型问题：个人对孤独的威慑和恐惧孤独感的观察；对过去、现在、未来统计式的估计；议程设置和民意状况以及个人在公众眼中的行为。

从广义上说，学者式研究的结论包括应用和证明理论：

·政治上，这种应用可能导致重新估计政治领导者如何考虑民意的压力。如果应用于竞选研究，这一理论必然会产生最广泛的影响。这一理论还可能打开以前未涉及的一个领域，集权体制下大众观念所扮演的角色，目前这一理论对此领域的研究已初见端倪。

·社会心理学上，这一理论可应用于对研究宽容、对少数民族和外国人的攻击行为、舆论领袖的理论和社会刻板成见理论。

·社会学上，它有助于分析社会一致或整合的程度，有助于研究当整合因犯罪而受威胁时的社会状况。

·历史上，此理论可用于研究那些伟大的统治者如何处理公众观，或用于分析革命。

·在传播学研究中，它对研究大众媒介的作用和宣传十分有用。此外，还用于研究修辞学和分析文学作品。

·法律学上，可用于研究民意与法律的关系。

·最后，在神学和哲学上，可用于研究道德哲学，重新估计源于人类社会本性的行为。

本世纪发展起来的几项社会科学都需要与大众观念理论相联系。这些理论包括指导群体论、理性选择或群体行动论、群体动力学和群体一致论或象征互动论。所有的这些理论都给未来的研究打开了一些新的视角。

然而，此理论的最重要影响也许在于它可能使我们对我们的双重本质即个体性和社会性，有新的理解。

(张敬墨译，译自：J. A. Anderson (ed.), *Communication Yearbook* 14, 1991, Newbury Park, Calif.: Sage, pp. 256—287.)

附录：

下面提出的是在“沉默的螺旋”理论中有关大众观念的基本概念，纵览这些概念将有助与我们把它们和威尔逊 (Wilson)、恰兹提出的大众观念的概念作对比。

公众：即“群众的眼睛”，公众是社会上裁断是非的权威，但是它同时也受制于政府和社会个体成员。

选择：涉及价值领域里的个人的态度和行为模式。

大众观念的形成：因为孤独的威慑作用和人们对孤独的恐惧心理，人

们在涉及价值观领域中的观点可能开始时有所不同，但是会逐渐趋于一致，某一种观点将脱颖而出，成为主导观点。

大众观念的代言人：这包括在某一时间、某一地点社会全体成员。

整合功能：20世纪对大众观念的理解侧重于社会个体成员的参与性。在“沉默的螺旋”理论中，大众观念具有整合社会的作用。

大众观念：大众观念是社会中经久不衰的一种现象，它基于人是社会性的人的本质，确保人们在价值观领域达成共识。本文的目的也就是强调和阐明大众观念的力量。从实践角度讲，大众观念的定义自“沉默的螺旋”理论提出后就一直没变过：大众观念是一种无须惧怕制裁的可以在公开场合说出的涉及价值观的言论，它也是其他社会行为的基础。

注释：

① 当我为在缅因大学的就职报告收集资料时，我清楚地明白了我们是多么需要一种全新的研究方式去探讨大众观念的概念，去构筑整个理论体系。我就职报告选择的题目是“大众观念与社会控制”。但是，数十年后我才得知哈佛大学法学院的著名院长——罗斯克·庞德（Roscoe Pound）作过一个与我的题目一模一样的报告。他那时关注的重点是立法者不应通过与大众观念相悖的法律，因为这些法律人们是不会去遵守的。他认为，“社会控制”指立法和法律。庞德应用“社会控制”的范围显然要比爱德华·罗斯（Edward Ross）——据我们所知，赫尔姆斯·斯宾塞（Herbert Spencer）认为罗斯是“社会控制”一词的首创者，他在1901年出版的著作中就用了“社会控制”作为书名——窄了很多。罗斯明确地提出，大众观念是社会控制的一部分。罗斯像300年前的洛克一样，生动地描述了人的社会本性。至于罗斯是否受了洛克的启发还不得而知，因为罗斯并没有引用过洛克的话。但是，他和洛克一样都认为人类的社会本性中包含着大量的敏感和脆弱：“虽然美国无力在公众一片愤怒的谴责中保持不变，但是，愤怒的公众造成的恐惧并不能把现代的美国怎么样。”

真是很难理解为什么在20世纪大众观念造成的压力和人类社会本质之间的联系可能已经被遗忘了。我在翻阅资料时发现，16至19世纪时，人们还关注着这种联系。我将在研究中尽力追溯人们对这种联系的认识。

② 我认为这个事例并不有助于我们对大众观念现象的理解。7年之后，我的一次经历使我对大众观念有了一个新的认识，这种认识在德国1972年的大选中得到了进一步的检验，最终使我初步得出了“沉默的螺旋”理论的假设。

③ 这种理论可以解释人们不同的投票倾向和预期的投票结果。但是，它并不能十分清楚地说明为什么两党在年初时旗鼓相当，但后来其中一党即基督教民主党大幅度地提高了它的知名度，而另一党却处于守势。一种可能的解释是，后来公众的关注都集中在CDU/DSU党大臣路德温·爱哈德(Ludwig Erhard)在1965年夏陪同英国女王在二战后首次成功地访问德国去了。但多年来，这只是一种猜测。

④ 就像一位植物学家细致地描述一种植物一样，托克维尔在他的君主专制和法国革命的衰落的书，以虔诚的基督徒为例，细致地描述了“沉默的螺旋”的产生和发展：“那些笃信教会教义的人开始害怕只有在孤独地保持着对教会的忠诚，他们害怕孤独要甚于害怕犯错，他们急于承认自己是和绝大多数人一样的。因此，事实上只是人民中一部分人的观点被看作了是大多数人的意愿，不管这种观点是多么地不合情理，人人都得接受。

⑤ 然而，大众媒介的影响不仅仅是公众观念形成过程中的惟一决定因素。当媒介主旨和大众观念之间相差很远时，结果常常是这两者之间达成了充满矛盾的表面的一致，这种一致极易随着事件的发展而发生巨大的变化。

⑥ 政治在应用“沉默的螺旋”理论方面走在了学术研究的前面。科拉德(Conradt)在他的关于德国1976年大选的报告中指出，在“沉默的螺旋”理论出版三年后，大选的谋士们已经运用了理论中的发现去对付沉默的螺旋。

参考书目：

- Allport, E. H. (1937). Toward a science of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 1, 7-23.
- Aristotle (1986). *Politik* (O. Gigon, Trans.). Munich: Deutscher

- Taschenbuch Verlag.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. In H. Guelzkow (Ed.), *Groups, Leadership, and men; Research in human relations* (pp. 177 - 190). New York: Russell & Russell
- Asch, S. E. (1952). Group forces in the modification and distortion of judgments. In S. E. Asch (Ed.), *Social psychology*, Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
- Back, K. W. (1988). Metaphors for public opinion in literature. *Public Opinion Quarterly*, 52, 278 - 288.
- Beninger, J. R. (1987). Toward an old new paradigm: The half-century flirtation with mass society. *Public Opinion Quarterly*, 51, 46 - 66.
- Beyle, H. C. (1931). *Identification and analysis of attributer-cluster-blocs*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bryce, J. (1888 - 1889). *The American commonwealth* (Vols. 1 - 2). London: Macmillan.
- Burke, E. (1975). An appeal from the new to the old Whigs. In E. Burke, *The works* (Vol. 4, pp. 61 - 215). New York: Georg Olms. (Original work published 1791)
- Cartwright, D., & Zander, A. (Eds.). (1968), *Group dynamics: Research and theory* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Childs, H. L. (1965). *Public opinion : Nature, formation, and role*. New York: van Nostrand.
- Cicero (1980), *Atticus-briefe* (H. Kasten, Trans.). Munich: Artemis.
- Conrath, D. P. (1978), The 1976 campaign and election : An overview, In K. H. Cerny (Ed.), *Germany at the Polls: The bundestag election of 1976* (pp. 29 - 56). Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Darwin, C. (1873). *The expression of the emotions in man and animal*, London: Murray.
- Davison, W. P. (1989. August). *The future of public opinion in liberal democratic societies*, Paper Presented at the Fourth International Conference of

Professors World Peace Academy. London.

Donsbach, W. (1987). Die Theorie der Schweigespirale (The theory of the spiral of silence). In M. Schenk (Ed.), *Medienwirkungsforschung* (Media effects research) (pp. 324-343). Tübingen: J. C. B. Mohr.

Donsbach, W., & Stevenson, R. L. (1984, May), *Challenges, Problems and empirical evidences of the theory of the spiral of silence*, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, San Francisco.

Donsbach, W. & Stevenson, R. L. (1986). Herausforderungen, Probleme und empirische Evidenzen der Theorie der Schweigespirale (Challenges, Problems and empirical evidences of the theory of the spiral of silence). *Publizistik*, 31, 7-34.

Exner, B. (1990). *Öffentliche Meinung und Recht* (Public opinion and the law). Mainz: Johannes Gutenberg University.

Fields, J. M., & Schuman, H. (1976). Public beliefs about the beliefs of the public. *Public Opinion Quarterly*, 40, 427-448.

Gallup Political Index. (1987, July). No. 323. London: Social Surveys Ltd.

Gallup Political Index. (1988, August). No. 336. London: Social Surveys Ltd.

Glynn, C. J. & Meleod, J. M. (1985). Implications of the spiral of silence theory for communication and public opinion research. In K. R. Sanders, L. L. Kaid, & D. Nimmo (Eds.) *Political communication yearbook* (pp. 43-65). Carbondale: Southern Illinois University Press.

Goffman, E. (1956). Embarrassment and social organization, *American Journal of Sociology*, 62, 264-271.

Goffman, E. (1963), *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*. New York: Free Press.

Hallemann, M. (1986), *Peinlichkeit und öffentliche Meinung* (Embarrassment and public opinion). *Publizistik*, 31, 249-261.

Hallemann, M. (1989). *Peinlichkeit: Ein Ansatz zur Operationalisierung von Isolationsfurch im sozialpsychologischen Konzept öffentlicher Meinung* (Embarrassment: An approach to operationalization of the fear of isolation in

- the social-psychological concept of public opinion). Unpublished doctoral dissertation, Johannes Gutenberg University, Mainz, West Germany.
- Haviland, J. B. (1977). *Gossip, reputation and knowledge in Zinacantan*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hubbard, B. A. F., & Karnofsky, E. S. (1982). *Plato's Protagoras: A Socratic commentary*. London: Trinity.
- Hyman, H. H. (1957). Toward a theory of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 21, 54-60.
- Ihering, R. von (1883). *Der Zweck im Recht* (The purpose of law). Leipzig: Breitkopf & Hartel.
- Katz, E. (1981). Publicity and pluralistic ignorance: Notes on the "Spiral of silence". In H. Baier, H. M. Kepplinger, & K. Reumann (Eds.), *Öffentliche Meinung und sozialer Wandel* (Public opinion and social change). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kepplinger, H. M. (1988). Die Kernenergie in der Presse: Eine Analyse zum Einfluß subjektiver Faktoren auf die Konstruktion von Realität. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 40, 659-683.
- Kepplinger, H. M. (1989). *Künstliche Horizonte. Folgen, Darstellung und Akzeptanz von Technik in der Bundesrepublik Deutschland* (Artificial horizons: Consequences, presentation and acceptance of technology in the Federal Republic of Germany). Frankfurt: Campus Verlag.
- Kim, S. C. (1989). *Begriffe der Öffentlichen Meinung und ihre Funktion als soziale Kontrolle im ostasiatischen Vestandis* (Concepts of public opinion and their function as social control in an East Asian context). Unpublished doctoral dissertation, Johannes Gutenberg University, Mainz, West Germany.
- Lang, K., & Lang, G. E. (1981). The public as bystander: Its political influence. In H. Baier, H. M. Kepplinger, & K. Reumann (Eds.), *Öffentliche Meinung und sozialer Wandel* (Public opinion and social change) (pp. 39-49). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Le Goff, J. (1989, May 3). Kann denn Lachen Sünde sein? Die mittelalterliche Geschichte einer sozialen Verhaltensweise (Can laughter be a sin? The

- medieval history of a form of social behavior). *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 102, N3
- Locke, J. (1894). *An essay concerning human understanding* (A. C. Fraser, Ed.). Oxford: Clarendon.
- Machiavelli, N. (1950). *The prince and the discourses* (I. Ricci, E. R. P. Vincent, & C. Detmold, Trans.). New York: Random House.
- Madison, J. (1961). The Federalist No. 49. In J. E. Cooke (Ed.), *The Federalist* (pp. 338–347). Middletown, CT: Wesleyan University Press (Original work published 1788)
- Mathes, S. (1989). *Sozial-optische Täuschung durch Massenmedien; Die Einschätzung des Meinungsklimas im Konflikt um die Kernenergie durch Personen mit viel und wenig Fernsehnutzung*, Unpublished master's thesis, University of Mainz, West Germany.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society: From the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mead, M. (1937). Public opinion mechanisms among primitive peoples. *Public Opinion Quarterly*, 1, 5–16.
- Milgram, S. (1961). Nationality and conformity, *Scientific American*, 205, 45–51.
- Müller, J. von. (1819). Zuschrift an alle Eidgenossen (Letter to all Swiss citizens). In J. G. Müller (Ed.), *Samtliche Werke* (Complete works) (pp. 24–50). Tübingen: J. G. Cotta'sche Buchhandlung (Original work published 1777).
- Noelle-Neumann, E. (1973). Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt: Ein Neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien (Cumulation, consonance and the effect of publicness: A new approach to the analysis of the effect of the mass media), *Publizistik*, 18, 26–55.
- Noelle-Neumann, E. (1974a). Die Schwiegensspirale, Über die Entstehung der öffentlichen Meinung (The spiral of silence: On the origins of public opinion) In E. Forsthoff & R. Horstel (Eds.), *Standorte im Zeitstrom* (Positions in the flow of time) (pp. 299–330). Frankfurt/Main: Athenäum.

- Noelle-Neumann, E. (1974b). The spiral of silence: A theory of public opinion, *Journal of Communication*, 24, 43-51.
- Noelle-Neumann, E. (1980). Kampf um die Öffentliche Meinung; Eine vergleichende sozialpsychologische Analyse der Bundestagswahlen 1972 und 1976 (The struggle for public opinion: A comparative social-psychological analysis of the 1972 and 1976 Bundestag elections). In E. Noelle-Neumann (Ed.), *Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie* (Voting decisions in the television democracy) (pp. 144-190). Freiburg, Würzburg: Ploetz.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The spiral of silence: Public opinion—our social skin*. Chicago: University of Chicago Press.
- Noelle-Neumann, E. (1985). The Spiral of silence: A response. In K. R. Sanders, L. J. Kaid, & D. Nimmo (Eds.), *Political communication yearbook* (pp. 66-94). Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Noelle-Neumann, E. (1986, November). *Election research and the climate of opinion*, Paper presented at the Seminar on Opinion Polls, Strasbourg, France.
- Noelle-Neumann, E. (1988). Toward a theory of public opinion. In H. J. O'Gorman (Ed.), *Surveying social life: Papers in honor of Herbert Hyman* (pp. 289-300). Middletown, CT: Wesleyan University Press.
- Noelle-Neumann, E. (1989a). La Spirale du Silence; Une théorie de l'opinion publique (The spiral of silence: A theory of public opinion). In *Le Nouvel Espace Public: Hermes Cognition Communication Politique* (pp. 181-189). Paris: Editions du Centre National de la Recherche Scientifique.
- Noelle-Neumann, E. (1989b). Öffentliche Meinung, Die Entdeckung der Schweige Spirale (Public opinion: The discovery of the spiral of silence). Vienna: Ullstein.
- Noelle-Neumann, E. (1989c). Die Theorie der Schweigespirale als Instrument der Medienwirkungsforschung (The theory of the spiral of silence as a tool of media effects research). *Kolner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 30, 418-440.
- Noelle-Neumann, E. (1990). Meinungsklima als neue Dimension der Wahlforschung (The climate of opinion as a new dimension of election re-

- search) In M. Kaase & H. D. Klingemann (Eds.), *Wahlen und Wähler, Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987* (Voters and voting day: Analyses on the occasion of the federalection 1987) (pp. 481 - 530), Opladen; Westdeutscher Verlag.
- O' Gorman, H. J. & Garry, S. L. (1976). Pluralistic ignorance: A replication and extension, *Public Opinion Quarterly*; 40, 449 - 458.
- Pound, R. (1930). Public opinion and social control. *Proceedings of the national conference of social work* (pp. 607 - 623). Chicago; University of Chicago Press.
- Ross, E. A. (1969), *Social control: A survey of the foundations of order*, Cleveland, OH; Press of Case Western Reserve University. (Original Work published 1901)
- Rousseau, J. J. (1953). The social contract. In F. Walkins (Ed.), *Political writings*. London; Nelson. (Original work published 1762)
- Rousseau, J. J. (1964). *The first and second discourses* (R. Masters & J. Masters, Trans). New York: St. Martin's. (Original work Published 1750 - 1755).
- Salisbury, J. of. (1963). *The statesman's book of John of Salisbury* (J. Dickinson, Trans.). New York; Russell & Russell. (Original Work published 1927)
- Salmon, C. T. & Kline, F. G. (1985). The spiral of silence ten years later: An examination and evaluation. In K. R. Sanders, L. L. Kaid, & D. Nimmo (Eds.), *Political communication yearbook* (pp. 3 - 30). Carbondale; Southern Illinois University Press.
- Smith, B. W. (1970). Some psychological perspectives on the theory of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 34, 454 - 455.
- Speier, H. (1950). Historical development of public opinion, *American Journal of Sociology*, 55, 376 - 388.
- Spencer, H. (1966). *The works of Herbert Spencer* (Vol. 9), Osnabruck; Otto Zeller (Original work Published 1892).
- Taylor, D. G. (1982). Pluralistic ignorance and the spiral of silence: A formal analysis, *Public Opinion Quarterly*, 46, 311 - 335.

- Thucydides (1981). *Geschichte des Peloponnesischen Krieges*. Munich: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Tocqueville, A. de. (1948). *Democracy in America* (H. Reeve, Trans) New York: Knopf. (Original work published 1835 - 1840)
- Tocqueville, A. de. (1955). *The old regime and the French revolution* (S Gilbert, Trans). Garden City, NY: Doubleday. (Original Work Published 1856)
- Verba, S (1970) The impact of the public on policy. *Public Opinion Quarterly*, 34, 455.
- Warner, L. (1939). The reliability of public opinion surveys, *Public Opinion Quarterly*, 3, 376 - 390.
- Wilson, F. G. (1933). Concepts of public opinion. *American Political Science Review*, 27, 371 - 391.

● 教化理论

教化理论及研究

W.J. 波特

(W. J. Potter)

教化理论的中心观点是：预言看电视多的人（比看电视少的人）更会体现出电视内容所反映的观念和信仰。对这一观点提供测试的研究者们依靠两种方法。内容分析法被用于决定电视节目中一些信息出现的频率。实地调查法被用于询问电视观众对现实世界的观念和信仰。

教化理论使研究者集中面对三个重要的方法论问题：（1）如何测量看电视时间的长短？（2）被教化的观点如何加以测量？（3）对于看电视与观念之间的关系什么是恰当的检验？回答这些问题中每个问题的起点是集中于理论中所形成的概念。这样做有助于说到点子上（对教化理论上的批评，见 Bryant, 1986, Potter, 1993）。然而，大多数研究者似乎更多地依赖于对以经验为依据的文献的测量和分析的做法。尽管这种文献有助于证实存在着教化的效果，但这种实证性的研究工作也存在着一些使人困惑的方法论问题。

当研究者开辟一个新的研究领域，特别是像教化理论这样开辟了一个崭新理论园地时，人们常想到方法论问题。早期实证性研究必定是被看作探索性的工作。但是，随着文献的增多，它也应该成熟起来。对影响进行建设性的思考和实践来讲，批评是需

要的，而且已经对早期的研究文献有了一些有见地的批评（例如，Hawkins & Pingree, 1981, 1982; Hirsch, 1980, 1981a, 1981b）。然而，许多研究教化问题的人士对这些批评一直反应非常迟缓。倾向于继续进行有缺点的作法，无视种种批评，也不对其方法上的决定提供辩护。此外，过去的10年有一些其他发现，这些发现表明，需要改变教化理论研究的组织方法，特别是研究的操作、数据搜集和数据分析的方法。由于这些原因，提供一个关于贯穿教化理论的整个研究方法实践的全景图，并以批判的眼光来画出这张全景图，就是很重要的了。本文就试图在这方面作些探讨。

本文由5个部分组成。1. 对看电视测量加以审查。2. 对教化观点测量加以调查。3. 对检测关系的各种方法加以说明。在以上各部分中，首先对研究实践加以描述，然后对这些研究进行评论性分析以表明了解早期对教化研究的批评以及在设计教化研究中后来发现的重要。4. 典型取样问题。5. 对将来检测教化理论提出5条建议。

一、对看电视的测量

关于教化问题的早期文章没有包含理论考虑去指导观察的操作。然而理论的创立者进行了一系列研究，这些研究显示出一贯把在典型的一天中看电视的小时数当作看电视时间（例如，Gerbner, Gross, Jackson-Beeck, Jeffries-Fox, & Signorielli, 1978）。

随着时间的发展，关于教化问题的文献开始显示在测量（measurement，数额是如何做出的）上。比例排列（scaling，从各问题中得到的回答是如何组合成看电视的指数）以及数据的分布（data distribution，对分析变量的处理）等方面在方法上有很大不同。

附看电视的测量

看电视多长时间（以下简称看电视时间）的变量一直是通过看电视者对问卷问题的自我报告来测量的，从未使用过直接观察法。也很少见到对相同的电视观众进行重复测量的研究（Jeffries-Fox & Signorielli, 1979; Potter, 1991C）。更流行的是使用一系列不同取样横截面的测量，而不是对同样被调查者观看电视情况的反复测量（例如 Gerbner, Gross, Ekecy, Jackson-Beeck, Jeffries-Fox, & Signorielli, 1977; Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan & Jackson-Beeck, 1979; Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980; Morgan, 1986; Signorielli, 1990）。

在横截面式自我报告数据的限制下，为得到这些数据存在许多问题。这些问题可以归为5组。其中只有第一组（整体性评估）是一种可信的了解看电视情况的方法，这种方法最初被概念化为理论。其他4组表示的或是理论的有用的扩展，或是有缺陷的应用，这取决于个人的观点。

整体性评估 格博纳和他的同事典型的作法是通过询问人们估计整个看电视时间，不管节目的类型或来源，来得到观众看电视时间。在他们大多数的关于“教化”分析的报告中，格博纳和他的同事分析了由国家民意研究公司（National Opinion Research Corporation）搜集的数据，该公司运用了以下了解观看电视情况的问题：“平均每天你看几个小时的电视？”这个问题经常被格博纳的同事和他以前的学生（Gross & Jeffries-Fox, 1978; Morgan, 1983, 1984, 1986; Signorielli, 1990）以及他人（Garveth & Alexander, 1985; O'keefe, 1984; Tan, 1982; Volgy & Schwarz, 1980）使用。对这个问题也有一些小小的改动，例如“每周你有几个晚上至少看电视一个小时？”（Fox & Philliber, 1978）。

对看电视时间进行分类 波特（Potter）向被调查者提供了

11 类电视节目的名单（情节/冒险片、情景喜剧、下午肥皂剧、黄金时间肥皂剧、新闻/文献、电影、体育节目、动画片、游戏表演、脱口秀），并请他们估计每周看各种节目各多少小时。

看特定电视节目时间 一些研究给被调查者一份节目单，请他们对经常看的节目划钩（Elliott, & Slater, 1980; Ogles & Sparks, 1989; Slater & Elliott, 1982）；有些研究请被调查者选择在过去 7 天里所看过的电视节目（Doob & Macdonald, 1979; Weaver & Wakshlag, 1986; Wober, 1978）；一些请被调查者就一段时间里看电视节目是每天都看、还是常看、还是只看了一次之间作选择（Carlson, 1983; Eron, 1984; Volgy & Schwarz, 1980）；一个研究请被调查者使用利克特标度（Likert scale, 1 = “从不看”到 5 = “常看”）（Rubin, Perse, & Taylor, 1988）；一个研究请被调查者特别标明他们看电视节目是每周都看、大多数的周看、一些周看和从不看（Reeves, 1978）。韦弗（Weaver）和瓦克施拉格（Wakshlag, 1986）曾进行了对一周前黄金时间每天看电视情况的研究，其调查例举了 65 种节目，请被调查者标记前 7 天中所有看过的节目。霍金斯（Hawkins）和平格里（Pingree, 1980, 1981）使用的测量看电视情况的形式最为复杂，他们请被调查者填写每天看电视的情况。所有的电视节目都被列上了，被调查者写下在测量期间观看各节目的分钟数。

一些研究只对收看一类特定节目感兴趣。例如，卡尔逊（Carlson, 1983）提出了一个经选择的 16 个犯罪节目单，并让被调查者使用 4 种标度加以回答（“从不看”到“几乎总是看”）。卡维思（Carveth）和亚力山大（Alexander, 1985）集中研究了肥皂剧，并提供给观众一个 13 种连续肥皂剧的名单，被调查者在这个名单上指出在某周所看过的一些情节。

长期看电视时间 卡维思和亚力山大（1985）在进行了上述的测量后，还请被调查者回答他们什么时候开始看电视剧，这转变为对看电视有多少年的测量。

通过留意来测量看电视时间 鲁纳 (Rouner, 1984) 以一种不常见的测量看电视时间来测定“教化”。她创作了一个模式, 这个模式基于对电视的留意而不是看电视的小时。她问被调查者对“角色”的个人特质、由角色表现的外貌、价值观和道德以及故事线索付出了多少注意 (从密切注意到根本不注意) (p.171)。

对看电视时间测量的评论

对看电视时间变量进行测量最有问题的方面是模糊性, 即由一些研究者使用李克特比例排列从“几乎总是”到“实际上从不”所带来的模糊性 (Allen & Hantchett, 1986; Carlson, 1983; Tan, 1982; Volgy & Schwarz, 1980)。使人困惑的是研究者没有简单地询问被调查者平均每天或每周看多少小时电视。这样做应是最简单、最直接的测量, 从中得到的数据会为分析提供最多的选择。当研究者选择了偏离这种最好测量形式时, 他们需要为这样做提供一个清晰的理由。李克特式的测量不如询问看了几个小时那样准确。可能有些原因致使这些研究者感到这一不很准确的测量是有正当理由的, 但是他们对使用这种较差的测量没有说明理由。

比例排列

教化理论不包括对衡量或分析的描述, 又是实际作法的发展指导着研究。然而, 不是所有教化研究都遵循着理论家们所使用的实际作法。在一些研究中, 把测得的一天看电视时间被用作看电视的时间; 在另一些研究中, 一些测量被以一些方法总计起来以构成看电视时间。有 3 种总计的形式。

求和式比例排列 韦弗和瓦克施拉格 (1986) 计算了两种指数: 与看电视无关的犯罪指数以及与看电视有关的犯罪指数。在被调查者 7 天日记中所记下的看犯罪电视节目的每小时数, 在与看电视有关的犯罪指数上加 60 分钟。同样的作法也用于把看非

犯罪节目的标记转变为分钟指数。二位作者报告说，可信度与看电视有关的犯罪是有界限的 ($KR-20 = .64$)，对与看电视无关的犯罪也有界限 ($KR-20 = .69$)。但库德—理查森 (Kuder Richardson) 测试是种把一个问题分成两半，测试一比例排列内部一致性的方法。它把一个比例排列分成 2 部分，并检验测得的一半与测得的另一半相关的程度。库德—理查森的研究结果似乎不会解决韦弗和瓦克施拉格报告中所提到的可信度问题。因为没有理由期待看一部犯罪节目的观众会看所有其他犯罪电视节目。这样一种低 $KR-20$ 系数不是比例排列质量的标识，而是电视观众有不同收看电视节目偏好的标识。

霍金斯和平格里 (1980, 1981) 总结了被调查者日记中看电视节目情况，构架了看 6 种电视节目的比例排列：新闻、情景喜剧、犯罪冒险、戏剧、游戏表演和动画片。他们还让被调查者使用 4 级的比例排列（从“从不”到“经常”）标明他们看这 7 类节目的经常性。他们发现，“除了动画片 ($r = .46$)，上面的两种测量方法之间的相关非常低或无关系” (p. 205)。对于这两种测量的选择，他们总结到，“由于两种测量方法彼此相关不好，通过观看电视日记测量的观看电视内容的类型与教化的因变量的关联较好，这表明在测量长期看电视的嗜好方面日记法比平均测量法要好” (p. 205)。

一些研究者计算了求和式的比例排列，其总和的成份不是看电视看了多少。例如，卡尔林 (1983) 综合了被调查者对 16 部犯罪电视节目的反馈 (1 = “从不看”；4 = “几乎总是看”)，并构成了一个看犯罪节目的比例排列，该比例排列从 16 到 64。沃尔盖 (Volgg) 和许华茨 (Schwarz, 1980) 利用对 25 个黄金时段节目的反馈信息（经常收看的程度）为收看医疗和少数民族节目计算出了看电视时间的比例排列。

乘法式比例排列 一些研究者通过对被调查者反映的每天看电视时间乘以 7，得出了每周看电视时间。例如，卡维思和亚力

山大(1985)利用被调查者每天看电视的小时数乘以7,得出了每周看电视的小时数。这种比例排列是基于一周7天看电视的情况是一样的。奥格尔斯(Ogles)和斯帕克斯(1989)对周日看电视时间乘以5,对周末看电视时间乘以2,然后对这两组数字加以综合计算,得出每周看电视的时间。

平均看电视时间 另一类比例排列是平均式比例排列。例如,在两项研究中,看电视时间是通过两种测量的数值加以平均获得的:对昨天(周日)看电视时间和周日通常每天看电视时间加以平均(Perse, Ferguson, & McLeod, 1994; Rubin, Perse & Taylor, 1988)。

在另一项研究中,看电视时间通过典型周日一天看电视小时数和典型周末一天看电视小时数的总和加以平均得出(Hawkins, Pingree, & Adler, 1987)。这类比例排列只是一种运算手段,它似乎建立在一种感觉上,即单一的看电视时间取样不是看电视时间的一个可靠的标识,任何一种看电视一段时间的取样亦是如此。这种比例排列不具概念上的意义,它没有反映每天或每周看电视时间,它可能还会产生误导。例如,如果甲在周日一般每天看4小时电视,在周末每天看6小时电视,根据这种比例排列其得分是5。如果乙周日一般每天看2小时电视,在周末每天看8小时电视,根据这种比例排列其得分是6。这种比例排列表示乙比甲看电视看得多,但事实上是甲在周日期间比乙看电视要多,而且每周7天看电视的时间也比乙多。

把看电视时间转变为分布

在所有关于“教化”的研究中,对看电视时间的测量都对看电视时间提供了一个连续的分布,几乎通常都以小时表示。尽管在理论上没有指导性规定,但在对看电视时间数据的分布加以分段的实践性作法在对教化研究一开始就这么做了。格博纳和他的助手对看电视时间建立了一个架构分类公约。这是一个奇怪的作

法，因为对看电视时间的测量得出的是一个连续的分布，但格博纳和他的同事却典型地把连续变量分成了不连续的分类。然而各研究的分类点却不同。例如，摩尔根（Morgan, 1986）把电视观众分为3类：少（1小时或少于1小时）、中（2—3小时）、多（4或4小时以上）。西格诺瑞利（Sigmorielli, 1990）把看电视时间的连续数据简略为三类：轻度观众（每天2小时以下），中度观众（2—4小时），重度观众（4小时以上），三类人大致是平等的。沃尔盖和许华茨（1980）利用其连续性数据把被调查者分成轻（一天1小时以下）、中（1小时以上，3小时以下）和重（3小时或3小时以上）。奥格尔斯和斯帕克斯（1989）把每周看电视的人分成了4组：少（每周0—2小时）、中（3—9小时）、多（10—19小时）和过度（20—55小时）。

有时在一篇文章里，分析的分割点也不同。例如格博纳等人（1978）把那些被调查者每天看电视2小时或2小时以下的人视为轻度看电视者，2—6小时为中度看电视者，6个小时以上者为高度看电视者。在同一篇文章中的另一个分析中，他们提供的是另一种分类方法。在回答“你每晚看关于犯罪和警察的电视节目吗？”的问题时，轻度者为那些说“很少或从不”的被调查者，中度者为回答“有时”者，高度者为回答“经常”者。

在决定看电视者应分成多少组方面，也没有通用的作法。在不同的研究中，被调查者被放在了高、中、低3组（Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1982; Volgy & Schwarz, 1980）。高、低2组（Gerbner et al., 1979）或被分成了4组（Ogler & Sparks, 1989）。

很幸运，不是所有关于教化的研究都把看电视时间的连续性分成几段形成一种类别。在这方面有不少例子，看电视的小时被作为连续变量加以测量和分析（Carveth & Alexander, 1985; Christiansen, 1979; Gross & Jeffries-Fox, 1978; Hawkins & Pingree, 1980, 1981a, 1981b; Hawikins, Pingree, & Adler,

1987; Morgan, 1983, 1984; Perse, 1986; Perse, Ferguson, & McLeod, 1984; Potter, 1986, 1988; Rubin, Perse, & Taylor 1988; Tan, 1982)。当这种变量的连续性分布得以维持时,使用参数统计,像皮尔逊相关、局部相关和多元回归都得到了保证。

在看电视时间的测定方面,用武断的和运用不连续的切点把电视观众依时间分成几类是最严重的问题。如果在看电视时间与“教化”之间的关系是直线式的,那么这最多是个小问题(可能这在综合不同研究时会出现困难)。但如果其关系不是直线式的(见下面“关系特征”部分),那么这就意味着区别与关联的分析性检测将与切点划在什么地方密切相关。例如,如果教化关系不是直线性的,那么切点改变可以改变研究的结果。图1的上半部分显示,轻度电视观众比中度电视观众的“教化”分数要低,中度电视观众的“教化”分数要低于高度电视观众。在这三个观众群体中的每个群体中的趋势总体是正向的但较弱。图1的下半部分显示的是同一曲线关系,但切点被划在不同的地方。在下图中,中度观众和高度观众的“教化”分数的中数可能是相同的,而且在轻度和中度观众的正向发展趋势与高度观众的负向发展趋势形成了对照。

使用武断的切点和在不同的研究中变换切点的作法,在早期就受到了赫希(Hirsch, 1980)的批评。他注意到在横截面式的取样中,划分轻度观众和高度观众所引起的“严重不连续性”。格博纳等人(1981)在回答这种批评中说:“我们从未指明也未论证‘轻度’和‘高度’观众除具有相对意义外有其他任何意义,它是由在已有的取样中反馈分布所决定的。”他们继续说,“如果把这些标准运用于不同年龄的取样时,试图指定高度观众的‘绝对’水平或取样中绝对的比例,是注定要失败的”(Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1981, p. 46)。10年之后,这些理论家打算提供同样的辩护。“重要的问题是在观众层次上

存在着非常大的差异，不存在实际的或指定的看电视时间量” (Morgan & Signorielli, 1990, p.20)。但是这种说法忽略了为什么改变切点作法是错误的这一要害。对他们的批评不是呼吁一种标准的切点；批评是切点的移动可能具有改变研究结果的作用。因而研究者在使用不同的变化的切点时，应慎重地报告他的研究结果，或更好的作法是简单地用图显示关系。转变为用图显示的作法将有助于研究朝着集中体现关系的形状，而不是把注意力直接对着所想象的直线式无说服力的联系所采取重要的一步。

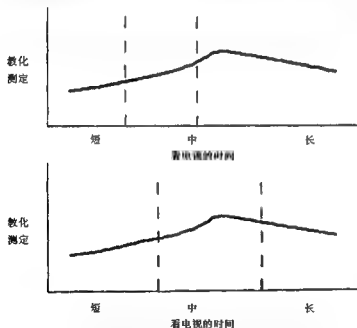


图 1 当关系是非直线式时，变化切点后显示意图

如果教化关系“是”直线式的，那么把连续性分布转变为一种类别分布的作法不是很大的缺陷。但是这种作法依然会是一种

古怪的作法。为什么要把连续的分布划分成几种类别？把一个价值范围很宽的分布转变为一个没有什么价值的分布，大大地降低了多样性，限制了统计过程中可以使用的多种方法。或许研究者在看分布时有分离物 (out-liers)，害怕分离物的影响对计算关系有一种有害的作用。但是如果是这种情况，也有一些“规范”看电视时间分布的方法。如果存在着把分布加以分类的原因（很可能有），那么研究者应把这种原因告诉读者。

如果教化关系不是直线式的（在文献中已有记述这样的发现），那么把连续性的分布转变成一种分类性的分布，就会起到蒙蔽教化关系的作用，甚至可能导致假结果。如果研究者坚持要把分布分成几段，那么他们必须为选择切点间的“特定的一段”提供强有力的理由。而且，他们应该显示运用另一种切点间的一段将不会改变研究结果。

教化的指标

测量

对教化指标的测量有很多种，一些问卷中的问题要求被调查者提供一个估计，有些要求一种观念，其他的集中于信仰、态度或价值。根据倾向于什么可以对测量的“次序”加以分类 (Hawkins & Pingree, 1982)。对一些现实参数的估计被称作第一级测量。相比之下，第二级测量是对现实更整体的反应，如观念、态度、感情和价值观的测量。

估计 估计有很多种，其中包括：对犯罪率和暴力率的估计 (Carveth & Alexander, 1985; Doob & Macdonald, 1979; Gerbner et al., 1977; Hawkins & Pingree, 1981a; Ogles & Sparks, 1989; Potter, 1991a, 1991b, 1991c); 犯罪中个人受欺骗的估计 (Gerbner & Gross, 1976; Hawkins & Pingree, 1980; Morgan, 1983; Ogles & Sparks, 1989; Weaver & Wakshlag,

1986);对生活风险(像被闪电击中、洪水、恐怖的攻击)的估计(Gunter & Wober, 1983);对在实施法律情况下人们就业比例的估计(Gerbner & Gross, 1976);对职业妇女人数的估计(Carveth & Alexander, 1985);对离婚率的估计(Carveth & Alexander, 1985; Potter, 1991b);对通货膨胀的估计(Fox & Philiber, 1978; Potter, 1991b);关于老年人的估计(Gerbner et al., 1980)。

观念 也有很多人们如何看待世界的观念,其中包括:对一个庸俗世界的观念(Bryant, Carveth, & Brown, 1981; Morgan, 1986; Rouner, 1984; Signorielli, 1990; Wober, 1978; Zillmann & Wakshlag, 1985);关于医生的观念(Volgy & Schwarz, 1980);关于传统的性别角色的观念(Volgy & Schwarz, 1980);关于女性主义的观念(Gross & Jeffries-Fox, 1978);以及关于美国人刻板印象的观念(Tan, 1982)。

态度 有许多关于社会政治态度的研究,像赞成警察对公民自由的野蛮行为和偏见(Carlson, 1983);对黑人、个人品行、共产主义、言论自由、联邦支出和税收的态度(Gerbner et al., 1982);关于黑人群体、黑人自尊、黑人群体的认同/主流,黑人分离主义者观点的看法(Allen & Hatchett, 1986);对种族问题的考虑(Volgy & Schwarz, 1986);关于人工流产、言论自由的限制(反对左派和反对右派)、种族主义、大麻、联邦支出、性别容忍、女权主义、政治自我设计的态度(Morgan, 1986);以及对他人信任、生活控制,人际接触、政治效率和安全(Rubin, Perse, & Taylor, 1988)的态度。

感情 关于个人的感情有:对受骗的恐惧(Bryant, Carveth & Brown, 1981; Morgan, 1986; Wober, 1978; Zillmann & Wakshlag, 1985);焦急(Zillmann & Wskshlag, 1985),疏远和离群(Gerbner et al., 1978, 1979; Morgan, 1986; Signorielli, 1990);以及关于个人生活的感情(轰轰烈烈、平静、充实和糟

糕) (Morgan, 1984)。

价值观 最持久的精神模板指的就是价值观。探讨价值观教化研究很少。赖默 (Reimer) 和罗森格伦 (Rosengren, 1990) 观察了物质主义和后物质主义。波特 (Potter, 1990) 专门探讨了电视节目的主题和少年们从看电视中学习到的价值观。

对教化测量的批评

测量教化指标中的中心问题是确定什么才是一种指标。理论自身指点研究者集中探讨电视讯息与现实世界讯息不同的那些讯息。但是它关于要检验什么“特定的题目”并未提供方向。

格博纳和他的助手典型地建构了一个问题并供给被调查者两种回答, 在他们看来, 一种是现实世界的回答, 另一种是电视世界的回答。例如, 格博纳等人 (1978) 问, “在任何一周内, 你被卷入暴力的机会是多少? 大概 $1/10$, 大概 $1/100$?” 对这一问题使人困惑的是: 提供的两种回答都不是真实的“电视世界的回答”, 两者也都不是真实“现实世界的回答”。在该文的后面, 作者们解释到, 他们的讯息系统分析提示了电视世界的回答是“被卷入暴力的机会为 $30\% - 64\%$ ”, 美国人口调查数字显示现实世界的数字是“只有 1% 的 $1/3$ ” (p.194)。 $1/10$ 和 $1/100$ 中的一个的确接近于事实上电视世界的回答, 另一个的确接近现实世界的回答。但是未对此提供充分的理由, 说明为什么提供的两种选择本身会是如此不准确。这样做特别奇怪, 因为他们辛勤地记载了电视世界的成份。如果他们把教化分类更与他们的内容分析结果相一致的话, 那么似乎对他们的分类会提供更大的可靠性。他们似乎是暗示, 被调查者根据自己想法提出估计非常困难。但是, 如果他们相信这一点, 那么他们怎么能认定在电视观众头脑中存在的估计是正确的呢? 如果这些估计不存在, 但又必须由测试的环境创造出来, 那么这些人为产生的数据怎么能有效可信呢?

选择了一个题目之后，研究者需要在阐述题目的条款时，在遣词造句上非常准确。正如沃格拉思和斯帕克斯（1994）所讲的那样，在遣词造句上一个似乎是微小的变化会改变题目。他们给被调查者16种犯罪情形的名单，如被陌生人殴打、汽车被偷、被人用刀棍或枪械所恐吓。他们请被调查者用1到10的级别对每种情况打分，其条款是“当你在日常生活中成为各类罪行受害者时，你害怕的程度”（p.54）。然后，他们请被调查者对条款“根据什么你认为你有机会成为这些犯罪的受害者？”用1至10的级别对每种情况打分（p.54）。由于这两套测量非常相似，第一个测量是对受害者恐惧的测量，第二个是对受害者可能性的测量。产生的数据表示的是对两种非常不同概念的测量：“平均而言，在对受害者恐惧测量中方差的大约80%与对成为受害者可能的测量不共享”（p.59）。而且从前一套测量中发现，对大多数条款的教化提供了较有力的证据。

在条款上还有另一种问题：在确定什么应是电视世界回答方面考虑严重不周。对第一级测量这不是个严重的问题。在这类问题上，电视世界的回答相对容易确定。因为它可以以一定行为发生的数量为基础，这些一定的行为可以通过内容分析加以记录。一旦我们有了这方面的数据，我们可以查阅美国人口统计报告的现实世界的参数，如果两组数字非常不同，我们就获得了“教化”的标识。但是当使用第二级（或信仰系统）测量时，在对什么是电视世界的回答提供较重要的正当理由上，存在着很大的问题。因为第二级的测量要求被调查者去推断其行为方式，研究者怎么能有信心认为他们设计的电视世界的回答已经考虑到了该推断的过程中所有因素？休斯（Hughes，1980）和纽科姆（Newcomb，1978）对此进行了有力的批评，他们认为，电视世界的回答或许是不可能确定的，因为观众在从电视节目中推断出意义时，会考虑到形象刻画上如此多的内容成份（不只是频率）。可能常会发生下面的情况，当格博纳设计了另一种回答作为电视世

界的回答时，观众相信这种回答就是电视世界的回答，这样支持“教化”的研究结果可以轻而易举地被解释为一种错误理论。

这个问题不仅在概念层次上会出现麻烦，而且在操作层次上麻烦更为严重，在操作层次上的实践展示了两类缺陷：无正当理由和无根据的正当理由。无正当理由表现在下面的研究中，对选择电视世界的回答未提供充分理由。这种缺少性的问题还不如从分析电视内容中得到的无根据正当理由的问题那样严重（见 Newcomb, 1978, 对该问题概念上的评论）。例如，格博纳关于电视世界有一个低劣的和暴力的世界的说法，当从一个在行为频率之外还包括行为的背景这样的更宽视角来看，可能是无根据的。背景对观众来说是非常重要的，格博纳在 1969 年提出最初标准时，是了解这一点的，但是他的研究小组在得出每年电视中暴力的数量时，在很大程度上忽视了背景。这些内容分析全集中在暴力行为出现的频率上。推断出电视观众只是因为电视里暴力内容出现“频率”高，从电视中得知的现实世界是庸俗和暴力的。这样做太简单了。电视观众可能会看描写暴力的背景并得出他们自己的结论：世界是太平的，因为罪犯们通过被杀被抓，被迅速地从中消除掉了。

在要求事先决定哪一个回答是现实世界的和哪一个回答是电视世界的，是目前教化理论所规定的了。的确，如果理论更趋向产生描述性证据，证明哪个回答在看电视最多的观众中最流行的话，那么理论就会更有用。但是为了看到这种模式（如果它存在的话），教化标识的一种连续性分布就应是必须的。例如，请被调查者提供一个对成年人离婚百分比的估计（这样就产生了从 0 到 100 的对回答的连续性分布）要比请他们在两个数字间进行选择，似乎要好得多。许多被调查者当被请求提供一种估计而又有很多可提供的回答时，他们感到失望。在估计像他们改变电视频道次数这类行为时，已经显示出被调查者感到为难（Ferguson, 1994）；对他们被卷入一种犯罪的可能性“想像”出一种估计，

可能也会使他们感到为难。但是还不清楚为什么被调查者如果被提供了一种封闭式的选择性回答（两种不准确的回答）比他们被提供一种开放式回答，在回答中感到更有信心。需要在这个领域进行更多的研究。心理测验学家需要对教化问题选择回答的不同类型反馈的有效性和可信性建立一种对比。但到这个问题解决之前，运用开放式的回答选择似乎更好，这样会在被调查者的回答中得到更多的方差。

比例排列

如果一个研究只用一个条款去测量被调查者的教化问题，那就不存在比例排列的问题。例如，摩尔根（1983）使用了一个条款：“在任何一周内，你被卷入到一些暴力的机会是多少？是大约 1/10 还是 1/100？”但是大多数研究使用 1 个以上的条款，这样就引起了比例排列的问题。研究者在分析中是选择了分开处理各条款的方法吗？或者，研究者总和了从多个条款中得到的数据，因而创造了一种指数或比例排列？各研究可用三类加以表述：无比例排列，可靠的比例排列和有问题的比例排列。

无比例排列 一些研究在分析中，运用了来自诸条款的数据，并不试图要把各数据加以总和，不想从总共的几个条款中增加回答以形成总结性的比例排列。例如，赖默和罗森格伦（1990）运用 12 个条款观察了物质主义和后物质主义的价值观，对这些条款，被调查者用利克特 7 级式同意与不同意的回答选择进行回答。他们对 12 个条款的关联进行了测算，而未把 12 个条款的数据总和起来以形成一个单一的指数。

卡维思和亚历山大（1985）请被调查者估计美国每百人中有多少妇女是医生、律师、家庭主妇、离婚者和非婚生儿母亲。他们也请被调查者估计美国每百人中有多少男人是医生、律师、警察、离婚者和非婚生儿的父亲。最后他们请被调查者估计 100 对结婚夫妇中有多少离了婚，100 人中有多少人犯过一种严重的

罪。他们对此没有按比例排列——所有条款分开地进行了分析。奥格尔斯和斯帕克斯（1989）在一个研究中单独地报告了8个条款的结果，在另一个研究中单独地报告了16个条款的研究结果。

与他们早期的研究工作相对比，格博纳等人（1978）开始了一种不使用比例排列的作法，他们取而代之的是独立地处理各条款。这似乎有些奇怪，因为他们过去一直使用一种基于斯罗尔（Srole, 1956）研究的三条款无目的性的比例排列。这种比例排列经常被加以测试和证实，后来被包括在1977年的NORC普遍性社会调查中。然而，在没有提出理由的情况下，他们选择了独立分析条款的作法，并不像他们以前曾经做的那样，把各条款的数据总和成一个比例排列。

可靠的比例排列 对研究者来说，为了显示其比例排列可靠性，需要表明：在比例排列中的各条款具有内在一致性，这要求有从一个测试中[像基本成份分析、一个因素的分析、或者克龙巴赫（Cronbach）式的内在一致性的阿尔发测试]得到可靠的心理测试特性。例如，福克斯（Fox）和菲利伯（Philliber, 1978）对7个条款进了一个基本成份分析，7个条款包括对美国人中拥有豪华汽车者、能进行大额消费游行者、有高收入者或有昂贵住房者所占百分比的估计。他们报告说，所有这些7个条款都承载着一个因素，形成的总和性比例排列的阿尔发值是.05。因而，我们可以总结出：这7个条款是对富裕概念一个潜在因素的一致的测量。

摩尔根（1984）使用一组26个条款，请被调查者去描绘他们的生活——乏味、压抑等。这些条款被放入比例排列：美好的、平静的、紧张的和糟糕的，每一类的阿尔发值是从.07到.77。在另一项研究中，他提出了12个比例排列：政治的自我设计、对人工流产的赞同、言论自由的限制（反对左派也反对右派）、种族主义、对大麻的立法、对联邦支出的反应、性别容忍、女权主义、对本地区的恐惧、对庸俗世界的感知、社会的反常状

态。阿尔发系数值从 .09 到 .53, 中数值是 .68 (Morgan, 1986)。

鲁宾 (Rubin)、珀斯 (Perse) 和泰勒 (Taylor, 1988) 报告了 4 个比例排列的可接受的阿尔发值, 但在分析中, 他们使用了所有的 5 个比例排列。比例排列和阿尔发值是: 对他人的信任: .91; 生活的控制: .75; 人际接触: .76; 政治效率: .80; 安全: .57。

有问题的比例排列 判断比例排列有问题有三条理由: (1) 比例排列的内在一致性没有描述, 或只部分地描述; (2) 虽提供了内在一致性的数据, 但是系数太低不能得出比例排列具有高质量; (3) 使用了有问题的心理测定程序。

一些研究没有做出可靠的比例排列, 没有留给读者任何信息去判断这些比例排列内部具有一致性。例如, 艾伦 (Allen) 和哈切特 (Hatchett, 1986) 构架了 4 个社会影响比例排列 (黑人群体的感知、自尊、黑人群体的认同/主流, 黑人分离主义者的观点), 但是他们未报告令人可信的测试。格罗斯 (Gross) 和杰弗里斯-福克斯 (Jeffries-Fox), 请儿童们对 5 种陈述, 像“在获得为能做尖端工作的教育方面, 妇女的机会比男人少”, “我们的社会歧视妇女” (p.263), 作出回答 (“对” 或 “错”)。从这些条款中他们形成了一个比例排列, 但如何形成的, 他们没有报告, 他们也没报告令人可信的数据。韦弗和瓦克施拉格 (1986) 请被调查者对与 14 项犯罪相关的判断做出回答, 这些判断是在假设环境中典型的受害可能性的测量。反馈的信息从 “根本没有” (0) 到 “极端地” (10) 进行了比例排列。一个因素通过间接的循环产生了三个因素, 利用因素得分作为权数, 组成了三种比例排列 (情景的焦虑、环境的焦虑、个人的焦虑), 但没有提供可信的数据。霍金斯和平格里 (1980) 从电视观众对 6 个条款, 像 “如果他们得到机会大多数人会欺骗我” (p.203) 所做的回答 (利克特 5 级排列) 构造了一个庸俗世界的指数。他们进行

了一个因素的分析，只发现3个条款承载了一个庸俗世界的概念。这样，只有这3个条款被总和在一起形成了指数，但没有给出可信的数字。鲁纳（1984）让她的被调查者使用利克特5级排列对3个庸俗世界的问题作出回答。在进行了LISREL分析后，她说，各条款发现是可信的，但她并没有提供适合于这个结果的关键数据，以便使读者可以判断这些条款间的内在一致性。

第二类有问题的比例排列发生在以下情况：虽然研究者进行了可信性测试，但测试的结果并不支持这是一个合格的比例排列。例如，卡尔逊（1983）用12个条款测定对公民自由的支持，被调查者使用了利克特等级排列，他用一个因素去分析，把12个条款砍掉只剩6个，结果6个总和的比例排列阿尔发值只有.62。其典型的条款是“判决应更严厉地惩罚犯罪”，“任何侮辱了一名警察的人如果他被警察痛打一顿就不要抱怨”（p.540）。格博纳等人（1980）使用了从国家老龄委员会所做的一个国家取样中获得的3个条款。这3个条款确认了老年人的数量、健康和寿命的下降。他们对这3个条款进行了因素分析，并总结到，它们属于同一维度，但阿尔发值只有.56，他们对此总结到是“中等的但可以接受的”值（p.46）。1980年格博纳等人对可信度提供了一个证据（结合了3个条款形成了一个人际间不信任的指数），但阿尔发值只有.68。西格诺瑞利（1990）就她的庸俗世界指数、社会反常状况指数报告了低阿尔发值（.67和.56），但她总结到这些比例排列是可信的。

第三类比例排列中的问题发生在有问题的实际作法上。早期的典型的教化研究是利用从4种条款算出的教化指数，这4种条款是（1）在任何一周内，你被卷入一些暴力的机会是多少，1/10？还是1/100？（2）持有实施法律和刑事侦察工作的男性的百分比是多少？1%？5%？（3）像凶杀、强奸、抢劫和严重殴打的暴力罪行占有所有罪行的多少？15%？25%？（4）最致命的暴力是发生在陌生人之间？还是发生在亲戚之间？还是熟人之间

(Gerbner et al.,)?除了两种回答的选择是错误的这个事实之外,作者们并没有告诉我们他们是如何建构指数的,留给我们的只是假定他们可能对每个电视世界的回答加了点,以便4个条款的得分会表明出一个对电视世界回答的完美选择,以此为教化提供最大程度的证据。如果他们事实上是这样做的,那么他们需要提供比例排列具有内一致性的证据,这就是说,4条款中的每个条款的确在事实上对这种比例排列发挥了作用,但他们并没有给我们可信的数据。在该文章的后面,他们从3个条款中建构一个庸俗世界指数,但对他们是如何做的及指数是如何可信,他们又没有做出解释。

霍金斯和平格里(1981a)利用了同样的4个庸俗世界的条款,并把他们总和起来,构成了一个单一的指数,尽管他们说,他们发现对4个条款的回答彼此互不相关。他们通过说下面一段话,把不相关忽略了:“这些问题在有关社会中暴力的流行和特点包含一点不连续的信息。由于这样,就不存在特定的理由:为什么对任一条款给出对电视有偏见回答的人,也一定会对任何其他条款也给出对电视有偏见的回答”(p.293)。这段话的确是有毛病的。如果这些条款真的从概念上不相关,那么它们就不是测量同一概念的可选择的条款,它们不是测量同一结构相关维度的条款。

关 系 的 特 点

在文献中有关于教化效果的大量证据,即在人们看了多少电视与选择电视世界回答的可能性之间,存在一种关系。这是霍金斯和平格里(1982)从有关文献作了大量回顾中所得到的结论,他们认为:“不管有关社会现实研究的种类如何,大多数研究显示了对一种联系的证据。”问题包括:“暴力的横行、家庭的结构、人际间的不信任、对受害的恐惧、传统的性别角色、家庭价

值观、老年人的形象、对医生的态度、对种族问题的担心 (p. 237)。”

自1982年发表对教化研究文献的回顾以来,至少发表了40个探讨教化研究。这些研究继续支持了在焦虑、对受害恐惧和对庸俗世界相信等感情的教化关系 (Morgan, 1983; Ogles & Sparks, 1989; Perse, Ferguson, & McLeod, 1994; Signorielli, 1990; Weaver & Wakshlag, 1986; Zillmann & Wakshlag, 1985)。也有对态度方面教化关系的支持:关于赞同警察的野蛮和反对公民自由的偏见 (Carlson, 1983);对政治态度教化关系的支持 (Gerbner et al., 1982; Morgan, 1986),对较大危险感情 (Gunter & Wober, 1983);疏远、阴郁、无目的性 (Signorielli, 1990);孤独、乏味和压抑 (Morgan, 1984);对医生、律师和男女双方非婚生儿的估计 (Carveth & Alexander, 1985);黑人群体的认同和黑人分离主义者的观点 (Allen & Hatchett, 1986);性别角色的定型观念、性特征的定型观念 (Preston, 1990);以及对犯罪、劳动妇女、通货膨胀和健康的估计 (Potter, 1991a)。

对教化关系研究的批评

批评一直围绕着:教化的证据太弱以至不能做出存在这类效果的结论 (Doob & Macdonald, 1979; Hirsch, 1980, 1981a, 1981b; Hughes, 1980; Wober, 1978)。他们说,甚至以社会科学的观点看来,系数的重要性太低了以至于不能作出看电视是评估和信仰教化的一个有用的预报因子的结论。当珀森相关程序被使用后,计算后得出的系数典型地低于.15,很少超过.30。这意味着看电视的变量一般预示着在教化指示方面不足3%的方差。

理论家们针对这些批评为自己作辩护说,这个效果虽然弱,但却是持久的 (例如 Gerbner et al., 1981)。而批评者们坚持认

为，教化关系的证据，由于2个方法上原因，可能是假的：（1）效果依赖于多种“第三”变量，当这些其他变量的影响被控制住的时候，关于教化的证据就彻底消失了。（2）教化关系不是直线的，这样使用像伽玛或伯森相关的统计方法是错误的。下面就这两方面的问题对过去10年的研究进行检测。

控制变量 当把控制变量应用于教化分析中时，计算出的系数几乎总是小于没有控制计算出的系数。使用控制的大多数研究者报告说：系数一般减小非常小，不会改变对结果的解释。例如，格博纳等人（1977）报告了4个相关系数从.07到.21，中位数值为.16，加上对同时发生的6种变量加以控制之后，上述数值减少到.16到.18，中位数值为.10（Gerbner et al., ）。霍金斯和平格里（1980）也报告说，对等级、性别、领悟到在进行传媒研究、读报、对时事的了解和SES等，无论是加以独自の或同时控制后，相对来讲，相关依然没有改变。摩尔根（1984）发现看电视最多的人感到更孤独、更乏味、更压抑，这些关系在关于教育、收入、花在爱好上的时间和担心指数的第11层的那部分中展示出来。卡尔逊（1983）在6年级到12年级的中学生中，发现了对支持公民自由方面的教化证据，这些系数甚至在对年级、职业、社会倾向（家庭独裁的程度）、性别、每周看所有电视的小时数、阅读习惯、父母亲喜欢的节日等加以控制的条件下，依然展示出来。格罗斯和杰弗里斯-福克斯（1978）报告了儿童们中在看电视与性别观点之间的关系，甚至对年级、智商、父亲的职业、父亲所受教育加以控制后，其相关系数展示出为.14。格博纳等人（1980）报告了在对教育、收入、性别和年龄加以控制时，对老龄概念方面的一种教化关系。普雷斯頓（Preston, 1990）发现，男人中在看色情电视量与性别角色的定型观念、性特征的定型观念之间，存在着一种教化关系。甚至当对年龄、收入、宗教信仰的强度、政治/社会倾向、GPA、每天看电视时间、目前性关系的介入情况、对目前性关系的满意程度加以

单独的或整体的控制后，系数依然几乎没有变化。

然而，有时使用控制变量导致了研究结果的混乱。例如，格博纳等人（1978）报告了13个伽马值为.03到.49，其中位数为.14；当实施变量控制时，就丧失了一致性，一些伽马值上升时，其他一些下降，甚至趋向零或变成负关系，在控制变量后没有连贯的模式，即没有一个控制（在年龄、性别和受教育程度）显示了连贯一致的作用。在后来的一个研究中，格博纳等人（1979）报告了8个伽马值，从.17到.52，中位数为.25；在控制了变量后，再一次没有显示出连续一贯的模式。

缺乏直线式。教化关系是直线性的吗？赫希（1980）10多年以前当他重新分析格博纳和其助手所用的同样数据时，提出了这个问题。赫希报告说，所有电视观众的群体中，教化模式表现为波动直线式。他发现不看电视的人展示出恐惧、疏远和社会价值丧失——所有那些被格博纳和其同事称之为由电视教化的特征——的程度最高。

尽管有可能教化关系会是非直线式的，但是大多数研究者都忽视了这一发现，没有对直线性加以测试，继续测算皮尔逊相关。有些人还倒退到使用非参数的统计方法，这种较低的分析形式还产生了误导的研究结果，因为它忽视了关系的特征却声称要描述它。

在最近的一个关于直线式的检测中，波特（1991b）发现，对同一组数据只要移动划分几类群体的数值切点，最后就会出现任何一种结果。从一种连续性分布开始，他使用了4种不同的把连续分布转变成几种类别的方法（这4种方法为：平均分为3组、由标准离差作为切点分成3组、平均分为5组，平均分为9组）。在这些分组中教化感知的平均值甚至都不一致，教化关系（在看电视的时间量与被教化的感知程度的相互关系）在他的测量（对成为受害者的恐惧、通货膨胀、关系的稳定、健康）中从来都不是直线的。当然，有可能在他的这组数据中的教化关系是

反常的（虽然研究者们用皮尔逊相关时发现了标准的弱正向双变量），但在其他研究者对他们的分布提供类似的测试之前，我们不能知道上述的教化关系是否反常。

很清楚把教化研究中连续分布分成几类的作法，在分析中不是一种中性的成分；它对测量能产生作用，而且经常产生作用，这样就导致了虚假的发现。充其量它曲解了变量之间复杂的模式，把注意力集中到概括性，指出弱正向关系的系数。这种系数误导了我们，使我们相信教化关系是直线的、弱的、正向的关系，而明明白白它不是这样。

当研究者使用分类式测量或分析技术，而又对其切点的选择未提供令人信服的理由时，其研究结果就更具误导性。当他们主观武断地把曲线型的关系分成无关联的几部分时，其中的一些部分显示出是正向的关系，一些是负向的关系，一些没有关系。如果切点变了，那么有各类别之间的关系可以很容易改变。因而，哪种类别是最好的呢？研究者必须表明他们的切点具有概念上的重要性。为什么一个每天看2小时电视的人就被当作看电视少的人，而每天看3小时电视的人就不是呢？用像“我们感兴趣通过相对的看电视时间长短来进行信念比较”这样的话，来回答上述问题，理由是不充分的。如果我们打算接受这种回答，认为在看电视2小时和3小时之间有一种满意程度的差异，那么，为什么不说在3小时和4小时之间也有一种满意程度的差异呢？而3个小时和4个小时通常被一起放在中等程度看电视的一类中。说他们感兴趣于在对人们中看电视的不同程度进行相对的比较，这也不是一种令人满意的说法，因为利用连续分布会提供一个更有力的对比式检测。为什么就切点应该在什么地点进行诡辩而花费精力呢？为什么不简单地展示图形的关系呢？描绘的形状比强制性的以直线式为基础的检测，会对关系提供多得多的洞察。

尽管对关系的一种图解式的标图是在正确的方向上迈进了一步，但它不能起到全部解决教化作用的证据为什么一直比较弱的

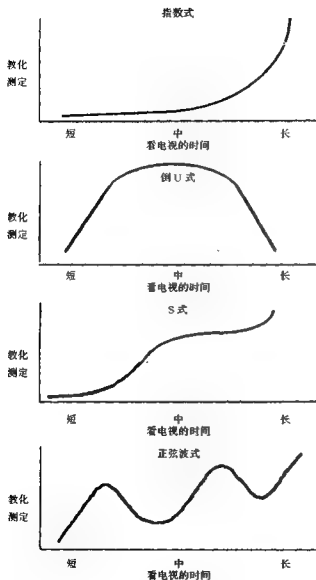


图2 教化分析中非直线式关系示意图

作用。甚至当关系被标成图时，研究者也还必须检查测试各种预示方程，以便对关系提供一个简约描述。预示线应是指数式、钟形的、S形的、正弦波式的或其他什么形状的（见图2）？研究者将需要检验这种标图，并试图确定什么形状的线能最好地解释各点的散布。然后将他们需要以多元回归的方式测试他们所主张的那种线。波特（1991b）对几种简单的线（全视图是条直线式；全视图是指数式的、全视图是倒数式的、全视图是对数式）进行了这类测试，并发现，看电视的时间量是倒数式的线型时，是预示4种教化估计中的3种估计的最好的线型。然而，没有一种线型对方差作出多少解释。可能最复杂的线型（像S型曲线或波纹型曲线）是需要的。测试这类线型将会更困难，因为它们要求在预示性议程上附加条件，以便测算线中的各个弯曲。例如，在图2中（a）的线型是 $Y = a + bX^2$ ，（b）的线型更为复杂，需一种像 $Y = a + bx - cX^2$ 式的公式。线中的弯曲越多，体现的公式就越大。如果在测算表中2个变量（看电视和教化测量）的每个变量有很多的值，那么在一条预示线中就为许多弯曲留下了空间，作为一种可能解答的可以选择的线型数量就变得很大了。这样测试线型可能变得非常费时和非常复杂。

还有另一种因素，增加了测试预示线型的复杂性，这就是在测算表中出现列联关系的可能性。在图3中，上图似乎像一个随机的模式——划不出一条线以一种方式去预示大多数的方差。但是如果虚线上的点（下图）代表着从成年人中测得结果，虚线下面的点代表着从儿童中测得的结果时，又会怎么样呢？凸形的弧线可以被绘成一个对成年人相当好的预报线，表明看电视中级水平的教化作用要强于看电视低级或高级水平。与此相对应，凹型的弧线可以被绘成一个对儿童的相当好的预报线，表明看电视的低、高级水平的教化作用更强。

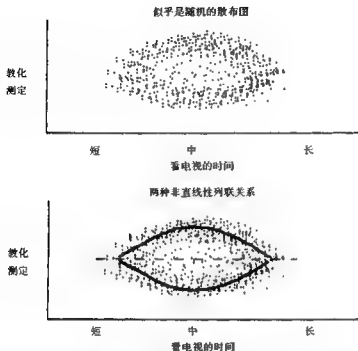


图3 在教化分析中非直线性关联关系的说明图

解答教化测量的问题中，散布点的绘制和寻找（以及测试）预示性线型是不容易的（对这一问题的讨论见 Bauer & Fink, 1983）。但是在战略上，这种方法至少会使得研究者集中注意关系的特点。由于这种战略在扩大我们关于教化作用的了解方面具有更大潜力，在策略层次上，研究者在对数据进行意义分析时，工作中将有更多的困难。

典型取样

相对于其他方法问题，典型取样在教化研究中是个要点。当

然,有许多非概率型的典型取样,像大学生的方便取样(Bryant, Carveth, & Brown, 1981; Carveth & Alexander, 1985; Ogles & Hoffner, 1987; Ogles & Sparks, 1989; Perse, 1986; Potter, 1986; Weaver & Wakshlag, 1986), 在中小学的学生方便取样(Alexander, 1985; Carlson, 1983; Gerbner et al., 1979; Gross & Jeffries-Fox, 1978; Hawkins & Pingree, 1980, 1981; Hawkins, Pingree, & Adler, 1987; Jeffries-Fox & Signorielli, 1979)以及其他方便型的取样(Gunter & Furnham, 1984; Rubin, Perse, & Taylor, 1988)。

但是还有许多细心的具有代表性的取样。有大量的研究,获得的数据来源于在中西部城市(Hawkins, Pingree, & Adler, 1987; Ogles & Sparks, 1989; Perse, Ferguson, & McLeod, 1994; Rouner, 1984)和在大西洋中部各州(Einsiedel, Salomone, & Schneider, 1984; Perse, Ferguson, & McLeod, 1994; Stroman & Seltzer, 1985),使用随机的数字拨号电话访谈调查。还有一种通过从选民名单中随机取样进行寄信式的调查(Volgy & Schwarz, 1980),以及一种在加拿大多伦多市通过随机取样进行家访式的调查(Doob & Macdonald, 1979)。也还有许多对从全国范围概率取样中获得的数据进行第二次分析的取样,其中有从NORC全国社会调查获得数据的(Gerbner et al., 1977, 1978, 1980, 1982; Morgar, 1983, 1986; Signorielli, 1990),有从美国全国选举中获得的数据(Gerbner et al., 1978),有从由盖洛普搜集的英国独立广播局收集的数据(Wober, 1978);有从全国老龄委员会的“老年人的神话与现实”调查获得的数据(Gerbner et al., 1980);有从诺普(Roper)数据中获得的数据(Morgan, 1984; O'Keefe, 1984);有从美国黑人研究项目中获得的数据(Allen & Hatchett, 1986);有从辛辛那提地区规划项目中获得的地方性取样(Fox & Philliber, 1978)。波特(1986, 1990, 1991a, 1991b)的数据是

从由全国选来的中、小学生所学习的实习学校搜集来的，以便组成一个有代表性的取样。

在教化研究中，概率取样与非概率取样之比和最近 25 年社会科学总体研究发现的取样情况持平。总的社科研究中只有不足 40% 的实证性研究使用了概率取样或整个人口的研究 (Potter, Cooper, & Dupagne, 1993)。

另外，在这些研究中被测量者的年龄有很大跨度。大多数取样是成年人 (Allen & Hatchett, 1984; Doob & Macdonald, 1979; Einsiedel, Salomone, & Schneider, 1984; Fox & Philliber, 1978; Gerbner et al., 1977, 1978, 1980, 1982; Hawkins, Pingree, & Adler, 1987; Morgan, 1983, 1984, 1986; O' Keefe, 1984; Ogles & Sparks, 1989; Perse, Ferguson, & McLeod, 1994; Rouner, 1984; Rubin, Perse, & Taylor, 1988; Signorielli, 1990; Stroman & Seltzer, 1985; Volgy & Schwarz, 1978; Wober, 1978)，但是也有很多取样是青少年 (Alexander, 1985; Carlson, 1983; Gerbner et al., 1979; Gross & Jeffries-Fox, 1978; Hawkins & Pingree, 1980, 1981; Jeffries-Fox & Signorielli, 1979; Potter, 1986, 1990, 1991a) 和儿童 (Alexander, 1985; Gerbner et al., 1977; Hawkins & Pingree, 1981)，有些儿童只有 7 岁。

许多发表的文章报告使用了 1 个以上典型取样 (Gerbner et al., 1977, 1979, 1980; Hawkins, Pingree, & Adler, 1987; Morgan, 1986; Perse, Ferguson, & McLeod, 1994; Potter, 1986; Signorielli, 1990)。一些研究连续进行了多年的典型调查研究，以进行纵向分析 (Jeffries-Fox & Signorielli, 1979; Potter, 1991c)。这些多种取样的特色使得研究者能交叉地审查他们测量和发现的有效性，以及他们测量的可靠性。

建 议

当对至今为止的教化研究中以经验为根据的发现加以简要总结时，结论是在看电视的时间量与教化的信仰或估计之间存在着一种一贯的正向关系模式。这与10年前霍金斯和平格里（1982）所做的结论完全一致。

做出同样结论的主要原因是在研究的方法上变化很小。而且这些方法中还存在着问题。上面的分析已经界定了在教化研究方法上缺陷的范围。当然了，不能肯定地说，假如这些缺陷不存在的话，研究的结论会根本不同。尽管如此，我们有理由希望将来避免这些缺陷，可以在教化作用方面能得到一些新见解。

下面是对教化研究的6个方法上的建议。每条都是从文献中鉴别出的各种问题综合而成。这一部分是对已有文献评论性评估的一个总结。

1. 承认关系为非直线性

在教化分析中最关键的方法问题是接受其关系是直线式的假设。这使研究者在把变量的连续性分布转变成几种类别时不能使切点公正合理。它还允许研究者利用分类的测量。这两种作法都是劳而无功的，因为很清楚，教化关系不是直线式的（Hirsch, 1980, 1981a; Potter, 1991b）。对研究的挑战是绘出代表教化关系曲线的形状。

教化关系的非直线性特点可能是为什么相关系数从未超过中等程度的主要原因。相关系数一般不大，并是正向的，这就表明，总体的关系是正向的，并表现出一种向上的斜率。皮尔逊统计方法所适用的数据模式的线型只能给关系形状提供一个非常粗略的近似值，因为皮尔逊的线是直线的，而数据模式是曲线。如果研究者继续强行去适应一种直线，那么他们将继续只能获得他

们过去所曾有的那种程度的成功。

一旦研究者认识到他们所试图描绘的关系是一种非直线式的，那么就会遵循着对变量的测量必须是连续性的，这些连续性的分布一定不要转变为类型式的。运用类型式变量在描述关系的形状中会丧失很大的精确性。而且这种作法限制了在统计方法上的选择性。当我们看到教化关系比先前所想象的更为复杂的迹象时，我们应该试图在方法上做得更精、更强、不是更差。

2. 证明电视世界的回答正当合理

教化理论要求对电视世界有个事先的界定以与现实世界相对照。在实践中，研究者们或是忽视了证明选择是正当合理的必要条件，或是提供了有缺陷的推理作为证明。这是一个严重的缺点。纽科姆（Newcomb, 1978）首先提出了这种批评，这没有受到理论家们适当的强调。而且做实验研究的作者们对选择电视世界的回答，很少提供任何原理的阐述。

这种原理的阐述应始于仔细进行的内容分析的结果，然而，许多研究并没有提供这些。即使有内容分析的发现，也需要检验行为的定性环境，以便证明电视世界的参数合理。例如，电视中罪行节目的频率本身，并不能提供证明电视世界是一个罪恶世界的说法的正确。

在方法上，还有一种非常令人奇怪的作法：在两个不正确的现实世界的参数之间，提供封闭式的必须选择的回答。可能对这种做法有很多充足理由，但在理论上没有任何地方明确讲这样做有充分的理由。也没有任何研究认为被调查者不允许自由做出自己的估计（不被引导在两个错误的回答中作出选择）的理由是正确的。

3. 检测多个变量

检测多个变量有助于确定一个两种变量关系由于“第三种”

变量的影响是否是伪关系。检测这些变量对于教化关系特别重要。在一个长时期，教化关系对许多“第三种变量”的影响是灵敏的。尽管运用这些第三种变量一般加强了研究效果，但有时运用不当，导致了研究结果是有问题的。

首先，有个确定控制变量包括什么的问题。研究在这一点上已采取了探索精神，因为理论家们在哪些变量应在用于某种教化标识，并加以检测方面，提供的指导很少。格博纳经常意识到控制变量的重要，但他并未就哪种变量应用于哪种条件方面提供好的概念。从他对数据的分析中，也很难讲出哪些变量是重要的。

其次，对什么时候一个“第三变量”应被看作控制变量，什么时候它应被看作列联变量的问题，理论上没有提供指导。控制变量为：其通过部分相关对双变量关系的影响从数学上是微不足道的。列联变量被用作去建构被调查者的一个亚群体去测试不同群体在关系上的差异。决定把一个变量当作控制变量或是列联变量可基于2个理由加以做出：概念上的和数学上的。连续变量可以既作为控制变量又可作为列联变量，这取决于它们是如何被概念化的。如果它们被概念化为“扰乱性”变量，其影响应被放在一边的话，那么它们在方法上应被作为控制变量，但是如果它们对关系的影响是一个重要的焦点的话（例如，一个主流的或共鸣的作用），那么它们就应被作为列联变量。

从数学的观点来看，类别性变量应被作为列联变量，因为它们的数学特性没给予它们去解释相关或多元回归。在一开始，这一点可能表现得不很明显。类别性变量（像性别和种族）常被用作多元回归的标识。通过一个例子进一步来观察这个问题：如果我们根据被调查者的种族来搜集数据，如把白人编码为1，黑人为2，西班牙裔人为3，其他种族为4，那么测量的水平会是规范的，把种族纳入一个回归方程，作为一个标识性变量会是一个严重的错误。我们需要创造出4个虚设的变量——检测每个变量的值。因而，种族对预示性方程的作用不是直接检测的，而是通

过为4个变量中的每个变量提供一个预示性方程，间接地加以检测的。这本质上是一种列联式的分析，因为它让我们把注意力集中在4个方程间的差异上。如果在这些方程中没有差异，那么预示性方程（包括其他的标识性变量）就对种族不灵敏。如果方程是不同的，那么这就是列联关系的证据。这就是说，在标识和标准的变量（通常是教化测量）的关系，因种族群体不同而不同。

当进行列联分析时，对测试的变量提供强有力的理由特别重要。自开始研究教化问题以来，在理论上惟一的主要的概念方面的发展就是主流和共鸣的思想，两者都需要列联分析加以测试。但是为了使得测试有意义，对选择列联变量必须有强有力的理由，对整个列联群体中关系会如何不同有个清晰的说明，但很少有人完成了这项工作。例如，格博纳等人（1980）报告说，当他们观察到在白人 and 非白人之间发现了在庸俗世界指数上的差异时，他们发现了主流影响的证据。白人群体表现出教化系数为.23，而非白人的系数是-.10。他们通过说白人像是没有庸俗世界的态度，所以电视世界对他们有较强的影响，把他们带入了暴力的电视世界的“主流”中，来解释这种差异（过去对此有激烈的争论）。而非白人生活在一个暴力较多的真实世界中，所以他们有比电视节目中更极端的观点，这样看电视多的人减少了他们对庸俗世界的感觉。接受格博纳等人的逻辑是很困难的。或许白人那部分的道理还成立，但非白人那部分的道理是荒谬的。我们能支持对非白人电视观众的主流解释的惟一办法是说：非白人持有的一个庸俗世界的态度是如此强烈，以致于暴力的电视世界（所有角色中的2/3人都卷入了暴力）相比之下是和平的，因而看电视多了就把电视观众从暴力的真实世界上转移出来，把他们带入了相对和平的电视世界的主流中！甚至在该文中主流的证据是混合的。例如，他们发现，在受到较高教育的观众中（一些学院）有相当强的反常关系（.14）。但是他们从高中退学的人中，未发现一种负向的关系。

运用主流的问题，研究者必须要做的不止是简单地证明一种列联模式和引出主流作为一种解释，只有研究者提供了强有力的说明理由（最好以一种优先的方式），证明某一群体在主流之外是合理时，主流的解释才能成立。然后，研究者必须环顾所有群体的所有模式，而不能只限制在对单一的异常群体的解释上。

第三，对控制变量影响的计算上存在着问题。例如，在一个典型的研究中，格博纳等人（1977）使用了一些有很大差异的控制变量。他们计算了皮尔逊乘积动差相关系数以表达在庸俗世界比例排列（从0至3）和看电视（从1至3）之间的关系。由于这种对两个变量的舍相的值域只有很小的方差，计算出的系数对减弱应是正确的。然后他们用部分的相关系数去控制性别、年龄、受教育程度、收入、阅报、参加教会活动。性别当然具有二项的分布；我们不知道其他的变量，虽然假设研究者把连续分布转变为类别分布，但是其他的变量可能也有二项的分布。如果的确有，那么部分的相关测试就是一个无用的测试。如果存在着一个混合的分布，那么研究的结果就应是很有问题的，特别是假定我们在一开始就没有很强的系数时是如此。换句话说，当我们一开始就处于没有能力预言两个变量间关系的大方差时，我们测试去看一看是否我们已预示的方差由于控制变量的影响是假的，然后利用有很小方差的控制变量构成一个条件，依这个条件，在部分系数中对比0阶系数发现重要的变化都几乎是不可能的。

鉴于上面列出的问题，毫不奇怪，控制变量未被发现是一个可靠的测试变量。在对什么应是一个测试变量和它们会对双变量教化关系有什么影响未进行清晰的概念化的情况下，就可能致使测试的变量中，有一些起到了提高关系量值的作用。而另一些则起到降低关系量值的作用，这样的结果是搞混了关系，而不是清晰了我们对互动复杂特征的理解。

4. 强化研究设计

一些研究者已经进行了试验以测试教化效果 (Bryant et al., 1981; Ogles & Hoffner, 1987)。对许多研究题目试验胜于调查, 因为研究者对他们的调查对象有更多的控制, 能够设计出使得他们在研究结果中做出有因果关系推理的试验。但是环境和控制必须服从于教化作用的角度, 以便成为一种对理论有用的测试, 这很容易产生问题。例如, 奥格尔斯 (Ogles) 和霍夫那 (Hoffner) 设计了一个典型的试验, 但结果是否反映了对教化的测试, 这是很有问题的。因为研究者在两周内只给被调查者放了 5 部电影。虽然这种作法比许多传媒效果试验放的电影要多, 但这很难模仿教化类的影响。如果作者们想要检测一类节目如何对整个教化过程具有短期的定向影响, 他们应该在做试验之前和之后进行教化标识的测量。但他们没有这样做。布赖恩特等人 (Bryant, 1981) 通过在做试验之前确定其被调查者的焦虑特点, 避免了这类问题。这使得他们能追踪焦虑的水平。他们发现, 低焦虑群体的得分在看节目期间升高了, 而高焦虑群体的得分降低了。

在教化研究中, 试验具有一席之地, 但使用它时必须承认这是在整个长期教化过程中对短期影响的一种测试。当然了, 任何观察到的短期影响可能会存留在被调查者心中, 因而具有长期的效果, 这是可能的。因而, 重要的是进行试验研究的人在试验几年之后继续测量他们的被调查者, 以确定在试验室里产生的效果随着时间的流逝是依然相同、衰减了或是扩大了。

一个好的设计应运用人类学的方法, 一位研究者应观察人们在一个长时间内看电视的情况。研究者应记录人们如何与电视机的互动, 与其他人的互动, 以及这些人如何表现长期的教化效果。这当然会需求大量的时间。一个更有效的方法 (依然要耗费时间), 应是在一系列时间里与个人进行深入的访谈。研究者可以一直对小组进行追踪研究, 与他们在几年中每 6 个星期讨论

一次。

调查的方法在过去一直很有用，如果运用得当，如果把它的使用扩大到更精致的设计中（像运用交叉的滞后分析，该方法已被成功地运用于看电视对行为长期影响的研究）（Milavsky, Kessler, Stipp, & Rubens, 1982），它将继续有用。更多方法的运用会对坚实的发现提供机会，并能确定我们对教化的了解对特定搜集数据形式的敏感程度。

5. 测量的质量

在教化研究中所使用的测量要服从于在社会科学研究中所有测量所用的同一标准。教化研究者在测量两个基本概念：看电视的时间和教化的标识时，需要更仔细地满足有效性、可信性和有用性的标准。当需要用比例排列程序时，研究需要更加谨慎，使得对研究问题的测量和比例排列完全达到心理测验的质量。这就是说，研究者必须提供清楚的证据，以证明他们的标识具有可信性、有效性和有用性。可有效性和有用性几乎完全被忽略，由于研究者似乎感到依据是明摆着的。尽管对可信性给予了更多的注意，但常常所列的证据具有片面性。

教化研究中也还存在着一些“特殊”的心理测验问题。例如，学者们对自我报告式的看电视情况测量的有效性提出了一些严肃的问题，对写日记、电话当时采访和计量表等方法的相对优点写了不少文章，但结论是各种方法的结果并不总是高度重合的（例子，见 Beville, 1985）。同样，观众或许不能提供有效的教化测量。鲁宾·珀斯和泰勒（1988）报告了高估看电视时间的被调查者也可能过分估计教化标识，得出的关系就会是过分估计特点反映，而不是教化效果的反映。他们提醒研究者缩小“由于在条款中使用肯定和否定式语句，引起反馈的倾向统计值”（p. 125）。

6. 典型取样

教化研究在一些领域依然处在探索阶段。在心理测量（检测各种看电视时间的测量和各种教化标识）和模式建构（确定成为教化基础的心理过程）领域，典型取样具有概率性，不是决定性的。当然了，如果使用概率性取样会更好，但是用非概率性的典型取样其探索性发现的价值可以会相当高。

一旦研究为测量和分析建立了更坚定的指导方针，那么，工作的焦点就应转到确定各类人教化的效果程度。对这方面的工作，概率性典型取样当然是必须的。但在这方面要取得像过去那样的成功非常困难。过去曾使用概率性取样的许多教化研究是对已有数据库（是为其他目的，不是为测试教化理论而建立）的数据进行了第二次分析。如果研究者打算继续使用这种数据库，他们需要对这些大数据库的搜集组织施加影响，变换一些条款，以便得到的数据适合于教化理论的发展标准。

总 结

总而言之，进行教化研究的人在设计测量和分析时需要付出更多的谨慎。他们这样做的时候，应认识到最好使用较高层次的测量；在比例排列中维持连续分布；使用更精致的统计技术（像有关曲线预示的多元回归，而不是用伽马或皮尔逊法）；对各“第三变量”提供更充足的理由阐明它们各自和共同的影响；特别是集中力量对关系的形状提供一个更全面的描绘和解释。教化效果是一个繁杂的非直线式的关系，该关系在曲线的不同点上被不同的“第三变量”不同程度地影响。教化问题研究者开始把这种繁杂性纳入他们设计之前，研究将停留在有缺陷方法传统的泥潭之中，只能提供又一串可能是虚假的参数。

（关世杰译，译自：Journalism Monograph, 1994）

参考书目:

- Alexander, A. (1985). Adolescents soap opera viewing and relational perceptions. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 295 - 308.
- Allen, R. L., & Hatchett, S. (1986). The media and social reality effects, Self and system orientations of blacks. *Communication Research*, 13 (1), 97 - 123.
- Bauer, C. L., & Fink, E. L. (1983). Fitting equations with power transformations; Examining variables with error. In R. N. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook 7* (pp. 146 - 199). Beverly Hills, CA: Sage.
- Beville, H. M., Jr. (1985). *Audience ratings: Radio, television, and cable*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bryant, J. (1986). The road most traveled: Yet another cultivation critique. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 231 - 235.
- Bryant, J., Carveth, R. A., & Brown, D. (1981). Television viewing and anxiety: An experimental examination. *Journal of Communication*, 31, 106 - 119.
- Carlson, J. M. (1983). Crime show viewing by pre-adults: The impact on attitudes toward civil liberties. *Communication Research*, 10, 529 - 552.
- Carveth, R. & Alexander, A. (1985). Soap opera viewing motivations and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 259 - 273.
- Christiansen, J. B. (1979). Television role models and adolescent occupational goals. *Human Communication Review*, 5, 335 - 337.
- Doob, A. N., & Macdonald, G. E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 170 - 179.
- Ellhott, W. R., & Slater, D. (1980). Exposure, experience, and perceived TV reality for adolescents. *Journalism Quarterly*, 57, 409 - 414, 431.

- Einsiedel, E. F., Salomone, K. L., & Schneider, F. P. (1984). Crime: Effects of media exposure and personal experience on issue salience. *Journal of Quarterly*, 61, 131-136.
- Eron, L. D., Huesmann, L. R., Bruce, P., Fisher, P., & Mermelstein, R. (1983). Age trends in the development of aggression, sex typing, and related television habits. *Developmental Psychology*, 19, 71-77.
- Ferguson, D. A. (1994). Measurement of mundane TV behaviors: Remote control device flipping frequency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38, 35-47.
- Fox, W. S., & Philiber, W. W. (1978). Television viewing and the perception of affluence. *The Sociological Quarterly*, 19, 103-112.
- Gerbner, G. (1969). Towards 'Cultural Indicators': The analysis of mass mediated message systems. *AV Communication Review*, 17, 137-148.
- Gerbner, G. (1990). Epilogue: Advancing the path of righteousness (maybe). In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.). *Cultivation analysis: New directions in media effects research*.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Eeey, M. F., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1977). TV violence profile no. 8: The highlights. *Journal of Communication*, 27 (2), 171-180.
- Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1978). Cultural indicators: Violence profile no. 9. *Journal of Communication*, 28 (3), 176-207.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30 (3), 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1981). A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, 8, 39-72.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1982). Charting the mainstreaming: Television's contributions to political orienta

- tions. *Journal of Communication*, 32 (2), 100 - 127.
- Gerbner G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.) *Perspectives on media effects*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan M. (1980) Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality, *Journal of Communication*, 30 (1), 37 - 47.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli N., Morgan, M. & Jackson-Beeck, M. (1979). The demonstration of power: Violence profile no. 10 *Journal of Communication*, 29 (3), 177 - 196
- Gross, L., & Jeffries-Fox, S. (1978). What do you want to be when you grow up. little girls In G. Tuchman, A. K. Daniles, & J. Benet (Eds.). *Heart and home: images of women in the mass media*. New York: Oxford.
- Gunter, B. (1983). Personality and perceptions of harmful and harmless TV violence .*Personality and Individual Differences*, 4, 665 - 670.
- Gunter, B., & Furnham, A. (1984). Perceptions of television violence: Effects of programme genre and type of violence on viewers judgement of violent portrayals. *British Journal of Social Psychology*, 23, 155 - 164.
- Gnnter, B., & Wober M. (1983). Television viewing and public trust. *British Journal of Social Psychology*, 22, 174 - 176.
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1980). Some processes in the cultivation effect. *Communication Research*, 7 (2), 193 - 226.
- Hawkins R. P., & Pingree, S. (1981a). Uniform messages and habitual viewing: Unnecessary assumptions in social reality effects *Human Communication Research*, 7, 291 - 301.
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1981b). Using television to construct social reality. *Journal of Broadcasting*, 25, 347 - 364.
- Hawkins R. P., & Pingree S. (1982). Television's influence on social reality, In D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.). *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (Vol.

- 2) Rockville, MD: U. S. Department of Health and Human Services.
- Hawkins R. P., Pingree, S., & Adler, I. (1987). Searching for cognitive processes in the cultivation effect. *Human Communication Research*, 13, 553 - 577
- Hirsch, P. (1980). The "scary world" of the non-viewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al's finding of cultivation analysis. *Communication Research*, 7, 403 - 456
- Hirsch, P. (1981a). On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al's findings on cultivation analysis Part II *Communication Research*, 8, 3 - 37
- Hirsch, P. (1981b). Distinguishing good speculation from bad theory: Rejoinder to Gerbner et al. *Communication Research*, 8, 73 - 95.
- Hoover, S. M. (1990). Television, religion, and religious television: Purposes and cross purposes. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 123 - 140). Newbury Park, CA: Sage.
- Huesmann, L. R., Jagerspetz, K., & Eron, L. D. (1984). Intervening variables in the TV violence-aggression relation: Evidence from two countries. *Developmental Psychology*, 20, 746 - 775.
- Hughes, M. (1980). The fruits of cultivation analysis: A reexamination of some effects of television watching, *Public Opinion Quarterly*, 44, 287 - 302.
- Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N (1979). Television and children's conceptions about occupations. In H. S. Dordick (Ed.), *Proceedings of the sixth annual telecommunications policy research conference*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Milavsky, J. R., Kessler, R. G., Stipp, H. H., & Rubens, W S (1982) *Television and aggression: A panel study*, New York: Academic Press
- Morgan, M (1983). Symbolic victimization and real world fear. *Human Communication Research*, 9, 146 - 157.
- Morgan, M. (1984). Heavy television viewing and perceived quality of life

- Journalism Quarterly*, 61, 499 - 504, 740.
- Morgan, M. (1986). Television and the erosion of regional diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 123 - 139.
- Morgan, M. (1990). International cultivation analysis. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 225 - 247). Newbury Park, CA: Sage.
- Morgan, M., & Signorielli, N. (1990). Cultivation analysis: Conceptualization and methodology. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 13 - 34). Newbury Park, CA: Sage.
- Murray, J. P., & Kippax, S. (1979). From the early window to the late night show: International trends in the study of television's impact on children and adults. *Advances in Experimental Social Psychology*, 12, 253 - 320.
- Newcomb, H. (1978). Assessing the violence profile of Gerbner and Gross: A humanistic critique and suggestions. *Communication Research*, 5, 264 - 282.
- Ogles, R. M., & Hoffner, C. (1987). Film violence and perceptions of crime: The cultivation effect. In M. L. McLaughlin (Ed.), *Communication yearbook* (Vol. 10) (pp. 384 - 394). Newbury park, CA: Sage.
- Ogles, R. M., & Sparks, G. G. (1994). Question specificity and perceived probability of criminal victimization. *Mass Communications Review*, 20 (1, 2), 51 - 61.
- Ogles, R. M., & Sparks, G. G. (1989). Television violence and viewers' perceptions of criminal victimization. *Mass Communications Review*, 16, 2 - 11.
- O' Keefe, G. J. (1984). Public views on crime: Television exposure and media credibility. In R. N. Bostrom (Ed.), *Communication Yearbook* (Vol. 8). Newbury Park, GA: Sage.
- Perse, E. M. (1986). Soap opera viewing patterns of college students and cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 175 - 193.
- Perse, E. M. (1990). Cultivation and involvement with local television news. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New direc-*

- tions in media effects research (pp. 51 - 69). Newbury Park, CA: Sage.
- Perse, E. M., Ferguson, D. A., & McLeod, D. M. (1994). Cultivation in the newer media environment. *Communication Research*, 21, 79 - 104.
- Pingree, S., & Hawkins, R. P. (1981). U. S. programs on Australian television, The cultivation effect. *Journal of Communication*, 31 (1), 97 - 105.
- Potter, W. J. (1986). Perceived reality and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 159 - 174.
- Potter, W. J. (1988). Three strategies for elaborating the cultivation hypothesis. *Journalism Quarterly*, 65, 930 - 939.
- Potter, W. J. (1990). Adolescents' perceptions of the primary values of television programming. *Journalism Quarterly*, 67, 843 - 851.
- Potter, W. J. (1991a). The relationships between first and second order measures of cultivation. *Human Communication Research*, 18, 92 - 113.
- Potter, W. J. (1991b). The linearity assumption in cultivation research. *Human Communication Research*, 17, 562 - 584.
- Potter, W. J. (1991c). Examining cultivation from a psychological perspective: Component subprocesses. *Communication Research*, 18, 77 - 102.
- Potter, W. J. (1993). Cultivation theory and research: A conceptual critique. *Human Communication Research*, 19, 564 - 601.
- Potter, W. J., & Chang, I. K. (1990). Television exposure measures and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34, 313 - 333.
- Potter, W. J., Cooper, R., & Dupagne, M. (1993). The three paradigms of mass media research in mainstream communication journals. *Communication Theory*, 3, 317 - 335.
- Potter, W. J., & Ware, W. (1987). An analysis of the contexts of antisocial acts on primetime television. *Communication Research*, 14, 664 - 686.
- Preston, E. H. (1990). Pornography and the construction of gender, In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.). *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 107 - 122). Newbury Park, CA: Sage.

- Reeves, B. (1978). Perceived TV reality as a predictor of children's social behavior. *Journalism Quarterly*, 55, 682-689, 695.
- Reimer, B., & Rosengren, K. E. (1990). Cultivated viewers and readers: A life style perspective. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.) *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 181-206). Newbury Park, CA: Sage.
- Rosenberg, M. (1957). *Occupations and values*. Glencoe, IL: Free Press.
- Rouner, D. (1984). Active television viewing and the cultivation hypothesis. *Journalism Quarterly*, 61, 168-174.
- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Taylor, D. S. (1988). A methodological examination of cultivation. *Communication Research*, 15, 107-134.
- Signorielli, N. (1990). Television's mean and dangerous world: A continuation of the cultural indicators perspective. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 85-106). Newbury Park, CA: Sage.
- Slater, D., & Elliott, W. R. (1982). Television's influence on social reality. *Quarterly Journal of Speech*, 45, 492-506.
- Stroman, C. A., & Seltzer, R. (1985). Media use and perceptions of crime. *Journalism Quarterly*, 62, 340-345.
- Srole, L. (1956). Social integration and certain corollaries: An exploratory study. *American Sociological Review*, 21, 709-712.
- Tamborini, R., & Choi, J. (1990). The role of cultural diversity in cultivation research. In N. Signorielli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 157-180). Newbury Park, CA: Sage.
- Tan, A. S. (1982). Television use and social stereotypes. *Journalism Quarterly*, 59, 119-122.
- Volgy, T. J., & Schwarz, J. E. (1980). TV entertainment programming and sociopolitical attitudes. *Journalism Quarterly*, 57, 150-155.
- Weaver, J., & Wakshlag, J. (1986). Perceived vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 141-158.

- Webster, J. G., & Wakshlag, J. (1985). Measuring exposure to television. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Selective exposure to communication* (pp. 35 - 62). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Wober, J. M. (1978). Televised violence and paranoid perception: The view from Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, 42, 315 - 321.
- Wober, J. M. (1990). Does television cultivate the British? Late 80s evidence. In N. Signonelli & M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (pp. 207 - 223). Newbury Park, CA: Sage.
- Wober, J. M., & Guntor, B. (1982). Television and personal threat: Fact or artifact? A British survey. *British Journal of Social Psychology*, 21, 239 - 247.
- Zillmann, D., & Wakshlag, J. (1985). Fear of victimization and the appeal of crime drama. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Selective exposure to communication*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

电视暴力与观众对犯罪受害的认识

罗伯特·M. 奥格尔斯

(Robert M. Ogles)

格伦·G. 斯帕克斯

(Glenn G. Sparks)

涵化 (Cultivation) 是乔治·格博纳与他的同事对“电视收看及其带来的暴力倾向”这一假说 (Morgan, 1983) 的重新阐述。在有关“大众传媒与社会”的研究中, 它一直是最有趣的理论之一。从概念上讲, 涵化指的是观众对电视上经常出现的画面达到一种意义共识 (Gerbner, 1972; 戈伯纳, Gerbner, Gross, Morgan and Signorieelli, 1986)。这些含义是观众通过电视上反复播出的, 统一固定的画面所得出的, 而这些画面与数据记录下的真实的美国社会不大相同。含义的确立过程是通过美国电视观众不加选择的, 固定观看习惯形成的 (Gerbner, Gross, Signorieelli, Morgan and Jackson-Beeck, 1979)。一些学者通过运用各自不同的方法步骤, 在许多领域内对涵化的“效果”^①做了详细研究。评论者霍金斯和平格里 (Hawkins and Pingree 1982) 与奥格尔斯 (1987) 说, 这些研究得出了几点经验性概述, 它们阐明了电视对观众认识社会现实的影响。

在涵化研究中, 一个重要的论题是在以下两方面之间建立联系。一方面是电视上有关犯罪的戏剧性画面, 另一方面是电视观

众对现实社会中犯罪及受害的认识。因为收看电视多少（比如很少收看电视和经常收看电视）直接作用于人们对某种事物的认识，所以要赞同人们对某种受害产生了同样的恐惧心理，就得承认调查对犯罪受害的认识与收看电视是有联系的。一般来说，与很少收看电视的人比，经常收看电视者对不幸受害会做夸大的想象。这不仅与收看电视的多少有关，而且也与电视节目的内容有关，比如暴力节目。收看电视的总时间与固定节目内容的时间，比如每小时收看到的暴力节目，这两者是不同的，而这一差别对进行实验研究是很重要的。

背景资料

在宾西法尼亚大学，以格博纳为代表的文化研究小组发表大量的文章，其中资料表明，经常收看电视与对犯罪受害的认识之间确定存在确实的联系，尽管之间的关系不太明显。（Gerbner et al., 1979）。然而，其他的研究者指出要视情况而定。例如，杜布和麦克唐纳（Doob and Macdonald, 1979）提到在回答调查问卷的人中，有一种涵化效果是只局限于住在犯罪率高的城区的人。赫希（1980, 1981）对格博纳小组的早期研究也提出了意见，比如他们没有将答卷者收看暴力节目的数量做为衡量收视多少的一个标准。既然格博纳认为观众收看有关受害的镜头会大大有利于涵化的效果，那么收看暴力节目的多少，从理论上讲，就会有助于研究者对涵化效果的预见。

霍金斯和平格里（1981）指出在涵化理论中，电视上统一的内容和观众固定的收看习惯并不是必要的假设。他们论述到，要对涵化理论做出富有成果的分析，就得研究某些特定的节目类型对认识相关社会问题的影响。人们在任何大众传媒中所吸收的各种信息，都可能会导致涵化效果。在涵化分析中，有关收视衡量标准的问题值得进一步的研究。背景资料中很少有对几种收视标

准进行比较的，本文研究的目的是进一步探索三种不同收视标准对涵化理论的影响。(1) 观看电视时间总和；(2) 观看暴力节目时间；(3) 每小时观看暴力行为的次数。

实验调查 1：方法

答卷者：1985 年 11 月，对威斯康星大学系统的校园中上大众传播大课的 142 名本科生进行了一次调查。要查有关这次调查的原始材料，请参看奥格尔斯、博赫尼亚、古尔德和罗丹 (1986) 的文章。

方法：答卷要填写 5 页纸的调查问卷，考查他们日常的收看电视习惯和对犯罪受害的认识。

收视衡量标准：请答卷者在 94 个重点时段的电视网节目中标出他们经常收看的（比如，每周）。第一个衡量标准就是指每一个节目平均一小时播出的暴力行为次数，这些节目是从“电视暴力国家联盟 (NCTV, National Coalition on Television Violence)”那里得来的，他们有一份用来分析暴力内容的当前重点时段播出的电视网节目单子 (NCTV, 1985, 7-8 月; 1985, 12 月)。在这些节目中，平均每小时播出的暴力行为次数介于 0 到 55 次之间。

在涵化分析中，这并不是第一次使用 NCTV 提供的数据。罗伯特 (1985) 也曾做过与上面类似的调查。值得注意的是 NCTV 的调查结果与格博纳的研究发现大致相同。但更重要的是 NCTV 与格博纳及他的同事在涵化的研究中，对数据的使用在概念上是相应的。

第二个衡量标准是观看电视时间总和，主要指答卷者写出他们经常收看的电视节目的长度 (30 到 60 分钟)。

第三个衡量标准是通过前两个得出的，由于每小时暴力行为播出次数不同，分成四种不同的类别，这些是与 NCTV 使用的

相同，用来区别四类电视节目，一是播出暴力行为次数最少的，二是中等的，三是较多的，四是最多的。

对受害的估价：问卷中有 8 项是用来考查答卷者对犯罪受害的估价。其中 5 项是答卷者对社会上犯罪受害的估价，3 项是了解对个人受害的估价。这些考查项目也被奥格尔斯和赫夫纳（1987）、罗伯特·奥格尔斯和林恩·奥格尔斯（1987）使用过。

实验调查 1：结果

尽管答卷者在许多方面是相同的（比如年龄，教育程度，种族），但是他们对电视的收看却大相径庭。每小时暴力行为的观看次数介于 6 到 520 之间（平均值为 121，标准差为 99）。总观看小时介于 1 到 34 之间（平均值为 11，标准差为 6）。

将有关“受害估价”的调查结果与这两个衡量标准的关系进行比较，显示出“收视的时间总和”与“每小时观看暴力行为的次数”对考查涵化效果是同等重要的。但是在 NCTV 提供的四种暴力节目类别中，有关受害估价的调查结果与“收看电视时间”之间并未呈直线递增关系。在表 1 中可看到，在“最低类别”中有 1 项，在“中等类别”中有 4 项，在较多类别中有 4 项，这样的关系确实有数据意义。而在极具有暴力倾向的节目类别中，却没有 1 项可以说明收视与受害估价之间存在任何关系。

在这 4 组中，每周收视时间依次是：收看极少暴力倾向节目的时间为 4 小时 30 分钟，中等的为 3 小时 15 分钟，较多的为 1 小时 53 分钟，最多的一组是 3 小时 7 分钟。需要强调的尤为有趣的两点：（1）在 9 个明显的关系中，有 4 个关系是在收看时间最少的一组，也就是暴力倾向较多的节目。（2）在极具有暴力倾向的节目类别中，没有发现收视时间与对受害估价之间有什么明显的关系。总的来说，在被调查的人中，观看带有很多暴力镜头的流行节目并不会使他们夸大对犯罪受害的估价。另一方面，以

收视时间与对受害估价的9个明显的关系中，带有中等和较多数量暴力镜头的不太流行的节目则占了8个。看图1。

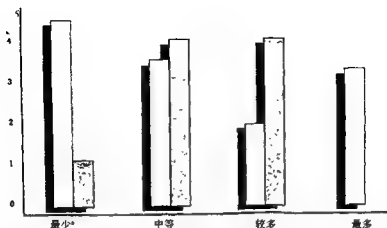
表1 实验调查1：答卷者对犯罪受害的估价与经常收看暴力节目数量的相互关系
四项按每小时
暴力行为收看次数分类

暴力行为收看次数	最少 ^a (0—2次 /小时) n=38	中等 (3—9次 /小时) n=17	较多 (10—19次 /小时) n=12	最多 (20—55次 /小时) n=24
对社会上犯罪估价：				
1. 去年在美国有百分之几的妇女成为暴力犯罪的受害者？	.24*	.31*	.14	.06
2. 去年美国有百分之几的男子成为暴力犯罪的受害者？	.12	.10	-.08	.06
3. 一个男子走夜路有多大可能成为暴力犯罪的受害者？	.05	.05	.21*	.13
4. 一个女子走夜路有多大可能成为暴力犯罪的受害者？	.11	.11	.25*	.14
5. 你认为有百分之几的妇女在一生中会遭到强奸？	.17	.29**	.12	.05
对自身受害的估价：				
1. 你认为在下一年你有多大可能会成为暴力犯罪的受害者？	-.10	.21*	.25*	.16
2. 你认为在下一年你的亲人或朋友有多大可能会成为受害者？	-.07	.23*	.26*	.19
3. 你认识的女子有多大可能会遭到强奸？	.08	-.11	.08	-.01

* $p < .05$ ** $p < .01$ (单尾)

注意：控制性别。

a：分类是根据 NCTV 出版物。括号里的数字指每小时收看到的暴力次数，n 指在每个分类里节目数。



注意：白色长条指在四种 NCTV 提供的分类项（暴力行为次数最少、中等、较多和最多）中，答卷者收看节目的平均时间（以小时计算）。暗色长条指在“收视时间”与“受害估价”之间所存在的明显的关系值。

a. 每个分类项中每小时的暴力行为次数：最少，0—2；中等，3—9；较多，10—19；最多，20—55。

图 1 实验调查 1：节目的流行程度与四个分类项中涵化效果的比较

实验调查 1：讨论

在大学生中，尤其是学习大众传播的学生中进行有关媒体的调查，往往是不令人满意的。因此，这次调查只能当作一次探索性的实验。然而，在实验中人们同时运用两种衡量标准（收看电视时间和每小时暴力行为收看次数），得出了一种出人意料的涵化模式（见图 1）。人们本以为在“暴力行为收看次数较多”和“最多”的分类项中，涵化的效果会比前两项更明显。至少，在“暴力行为收看次数最多”的分类项中，涵化的效果应该与“收看次数中等”和“较多”的大致相同，因为此项中的节目不仅很多（与后两者合起来的 29 个相比，它有 27 个节目）。在图 1 中，我们看到结果并不如人们想象的那样。研究者下一步就是要调查

在非学生团体中，收看电视暴力与对犯罪受害估价有怎样联系。

实验调查 2：方法

调查对象：1987 年秋天，在中西部的一个州通过随机电话拨号，对 101 人进行了电话采访。要查此次调查的原始材料，请参看斯帕克斯、奥格尔斯、瓦尔鲁斯和斯皮雷克（1988）的文章。其中 50 个调查对象（25 男，25 女）住在犯罪率高的城区里，另 51 个调查对象（26 男，25 女）住在犯罪率低的城区里，这一抽样调查并不能代表两座城市，然而争论的关键是人们所感兴趣的犯罪率的问题上是有差异的。以这两个城市而言，犯罪率相差 3.2 倍。根据联邦调查局的统计数据（美国犯罪情况，1986），在犯罪率高的城市中，谋杀、强奸、抢劫和暴力攻击的次数要比犯罪率低的城市多 46 倍、7 倍、19 倍和 26 倍。另外，在犯罪率高的城市中，入室盗窃、偷窃、偷盗机动车和纵火的发生次数比犯罪率低的城市依次多 4 倍、2 倍、17 倍和 40 倍。

收视衡量标准：采访者在电话中被问到他们平均每个工作日和周末收看电视的时间。然后将每一工作日的收看时间乘以 5，周末的时间乘以 2，就得出了一周内收看电视的平均时间。尽管这个衡量标准不如调查 1 中使用的 94 项节目单那样准确，我们还是有必要在电话采访中不采用那种全面的衡量收看习惯标准，而是使得采访尽可能简洁，以赢得采访者的支持合作。

另外，采访者要说出他们印象中最喜爱的电视节目，提的越多越好。每一个提到的节目，NCTV 都对其内容里的暴力行为进行分析，并记录下它每小时暴力行为的播出次数。这些数字加在一起就是收看暴力行为次数的总和。

对受害恐惧程度的衡量标准：采访者要回答 16 个问题，费拉罗和拉格朗热（Ferraro and La Grange, 1987）认为，这些问题能很好地了解到采访者对受害的恐惧程度。这些问题避免将

“对受害的恐惧”与“犯罪的危险度”或“犯罪中易受伤害性”混淆起来。例如，在沃尔（Warr, 1984）进行的一项研究中得出，对犯罪的恐惧与16种犯罪受害的估价之间的关系介于60和90之间。

表2 实验调查2：电视收看与对特定犯罪攻击的恐惧之间的相互关系

犯罪攻击	城市A（犯罪率低）		城市B（犯罪率高）	
	看电视的 体验	受暴力攻击 的体验	看电视的 体验	受暴力攻击 的体验
当你不在家时某人撬门进入你的房间	-.13	.09	-.02	-.04
被强奸	-.01	.65*	.34*	.08
驾车时与一个喝醉酒的人开的车相撞	.02	.38*	.06	.25
当你在家时某人撬门进入你的房间	-.16	.21	-.03	.00
抢劫	.04	-.05	-.02	.04
陌生人深入在你家附近游荡	.19	.69*	.06	.14
被人拿刀、棍棒或手枪威胁	.28*	.40*	.06	-.01
一群年轻人在你家附近大吵大闹	.03	.11	.24	.18
被陌生人殴打	.07	.18	.16	.16
被谋杀	.32*	.15	.12	.05
汽车被偷	-.19	.05	.01	.09
钱被骗走	-.11	-.23	.05	.06
被乞丐纠缠	.22	-.06	-.10	-.23
接到一个言词污秽的电话	-.02	-.16	.12	.14
买了被污染的食品	.18	.34*	.19	.14
被你认识的人殴打	.25*	.15	.00	-.02

* $P < .05$

注意：可控变量有年龄、性别、以前是否受害、提问的次序。

费拉罗和拉热（1987）评论到，这种方法存在很严重的问

题, 1) 它对各种各样的犯罪采取一个衡量标准, 2) 它将“危险度”与“恐惧”混淆起来 (p.79)。在此次研究中, 当采访人说出下列这段话后, 被调查者要说出自己对每种特定罪行的恐惧程度:

“某些时候, 每个人都会体验到成为犯罪的受害者的恐惧。我想问你一些问题, 是关于不同类型的犯罪。请准确地回答出你在日常生活中对成为每种犯罪的受害者的恐惧程度, 分为 0 至 10 个等级。如果你根本不害怕, 你就标“0”。如果你非常害怕, 请标“10”。如果你的感受介于中间, 请标中间的一个等级。”

接着被调查者对采访人提到的各种犯罪说出自己的恐惧程度。为了避免提问次序对回答有影响, 有一半的被调查者先被问及他们的收视情况, 另一半则最后回答他们。被调查者也被问及他们的年龄、性别以及是否受过伤害。

实验调查 2: 结果

为了检验涵化假说, 研究者考察以下两者之间是否存在某种关系。(1) 是对 16 种犯罪受害的恐惧程度与被调查者收视时间情况; (2) 是对 16 种犯罪受害的恐惧程度与 NCTV 提供的人们收看电视暴力情况, 这主要是根据人们列出的最喜爱节目的暴力收视率。

正如表 2 所显示的, 在 A 城 (犯罪率低) 的 3 种犯罪中, 收视情况与人们对犯罪受害的恐惧之间存在明显的正向联系, 这三种犯罪受害分别是被人拿刀、棍棒或持枪威胁 [$r(43) = .28, p < .05$], 被谋杀 [$r(42) = .32, p < .04$] 和被认识的人殴打 [$r(43) = .25, p < .05$], 在城市 B 中, 收看电视与人们害怕遭到强奸有显著的联系 [$r(34) = .34, p < .02$]。

在 A 城 (低犯罪率) 的 5 种犯罪中, 电视暴力的收看与人们对受害恐惧之间存在明显的关系。这 5 种犯罪受害分别是遭到

强奸 [$r(14) = .65, p < .004$], 驾车时与喝醉酒的人驾驶的车相撞 [$r(21) = .38, p < .05$], 有人深夜在家附近游荡 [$r(21) = .69, p < .001$], 被人拿刀、棍棒或持刀威胁 [$r(21) = .40, p < .03$] 和买了污染的食品 [$r(21) = .34, p = .05$]。在衡量电视暴力对人们的影响中, n 是逐渐减少的, 这是因为一些被调查者未能说出自己喜爱的节目, 而是列出电视上看到的任何节目。在 B 城 (高犯罪率), 电视暴力的收看与人们对犯罪受害的恐惧之间不存在明显的关系。

实验调查 2: 讨论

从数据上我们可以明显地看出, 通过对收看电视的考察, 可以帮助人们了解电视是如何使观众对犯罪受害产生恐惧心理的。例如, 在 A 城 (低犯罪率), 由于收看电视暴力而对两种犯罪受害产生恐惧的占 40% (害怕被强奸和深夜有人在家附近游荡)。这是比较明显的关系。通过表 2 的关系模式, 我们可以得到有关涵化假说的两个概念: 主流 (mainstreaming) 和反响 (resonance)。

主流指在不同的社会群体中由于人们经常收看电视, 持有的观点也是相同的。反响指社会现实中突出的问题与电视上所反映的大体相同, 比如住在犯罪率高的地区的人经常看到电视暴力 (Gerbner, Gross, Morgan and Signorielli, 1980)。

有关早期涵化分析得出的一些概念和理论曾受到达赫希 (1980, 1981) 的批评, 却得到了格博纳、格罗斯、摩根和西尼奥雷 (1980, 1981) 的维护和支持。库克、肯德齐斯克和托马斯 (Cook, Kendzierski and Thomas, 1983) 对主流这个概念做了颇有见地而且是中肯的评价, 他们指出主流是原有涵化假说的一个更精确的改进。在此次研究中, 两个收视衡量标准得出的数据都表明主流理论是正确的, 尽管也推导了有关反响的不同结论。

电视的收看给人们带来的影响

从表2可看出,电视的收看无疑增加了人们对各种犯罪受害的恐惧感,由此我们可以得出主流和反响这两个结论。请看A城(低犯罪率)的调查结果,电视的收看似乎使得所有的被调查者对以下三种犯罪受害感到恐惧:(1)被人拿刀、棍棒或持枪威胁;(2)被谋杀;(3)被认识的人殴打。比起低犯罪率城区实际发生的犯罪行为,电视上出现的暴力行为无疑要多得多,那么被调查者对某种受害的恐惧,很可能是由于大量收看电视所引起的。

再来看看犯罪率高的B城,大量收看电视增加人们对遭到强奸的恐惧,此类犯罪行为经常在电视节目中出现,也多发于犯罪率高的城区,所以可以得出反响这个理论。

收看暴力行为对人们的影响

此次抽样调查中,用“收视时间总和”来考察其对人们的影响,得出了主流和反响这两种理论,但是在使用“收看暴力行为”做衡量标准时,这两个理论是否成立却值得商榷。在犯罪率低的A城,收看暴力行为无疑增加了被调查者对以下犯罪受害的恐惧:(1)被强奸;(2)与喝醉酒的人驾的车相撞;(3)陌生人在家附近游荡;(4)被人拿刀、棍棒或持枪威胁;(5)买了受污染的食品。除了第(3)种犯罪,其余的经常出现在各种类型的电视节目中。总的来讲,我们可以将它解释成为主流理论。

另一方面,在高犯罪率的B城,大量收看暴力节目并未明显增加人们对某一犯罪受害的恐惧心理,因此,反响理论在此处是不成立的,尽管在犯罪率高的城区,暴力是时有发生。

有几点与主要论题无关的也值得在此考虑一下。首先,我们

应该注意到两个变量之间并不总是因果关系。正如杜布和麦克唐纳（1979）所强调的，不管研究者使用了几种变量，都要对其之间的关系进行谨慎的分析。

第二，尽管两个城市分别标有“低犯罪率”和“高犯罪率”，这里的数据与杜布和麦克唐纳（1979）的并不相同，他们指出在检验涵化假说中，要把城市中各区的犯罪率作为一个重要的可控变量。杜布和麦克唐纳在一个城市的不同区域里收集资料。此次抽样调查中的两个城市犯罪率确有不同，但他们也许在许多其他方面也不一样。它们中的任一差别都可能会影响到这里的涵化系数。考虑到这一点是很重要的，因为杜布和麦克唐纳发现在高犯罪率城市的一个区域内，电视的收看与被调查者对犯罪受害的恐惧之间存在正面的关系。此次调查研究中，在电视的收看与涵化效果的9个正面关系中，有8个是在犯罪率低的城市。

总的来说，通过这些研究，我们可以得到这样的结论：用“收视时间”来考查涵化假说与用“收看暴力节目时间”考查所得的结论不同。在实验调查2中，这两个不同的收视衡量标准仅对一种犯罪受害的恐惧带来相同的影响，也就是在犯罪率低的城市里对被人拿刀、棍棒或持枪威胁的恐惧。实验调查告诉我们，在以后进行有关电视带来“恐惧世界”的涵化分析中，要采用多种的衡量标准。

对电视内容与受害恐惧之间关系感兴趣的大众传播研究者们，可以参看费拉罗和拉格朗热有关“恐惧衡量标准”的研究。他们对“恐惧心理”的考查方法倾向于传统的有关犯罪受害考察标准，主要考察这两个概念“个人安全感”和“可预见的危险性”，而不是单纯估价“恐惧”本身（见 Dunwoody and Neuwirth, 1988; Sparks et al., 1988; Ogles, Sparks and Mrozla, 1989）。对概念和评估方法的进一步完善，有利于研究者更深入地认识到观众是如何理解电视节目的主题的。

[刘铁花译, 关世杰校, 译自: *Mass Comm Review*, 1989, 16 (3), 2-11]

注释:

① Cultivation typically is regarded as a media effect, although the vast majority of studies supporting cultivation have used correlational designs. A few experimental studies in which causality clearly was established have been interpreted as cultivation (e. g., Ogles and Hoffner, 1987). Moreover, the authors recognize that selective exposure processes are very likely operative in most media usage (cf. Zillmann and Bryant, 1985). Nevertheless, the authors follow convention and refer to cultivation as an "effect" of television exposure.

参考书目:

- Cook, Thomas D.; Kendzierski, Deborah A.; and Thomas, Stephen V. (1983). The implicit assumptions of television research: An analysis of the 1982 NIMH report on Television and Behavior. *Public Opinion Quarterly*, 47, 161-201.
- Crime in the United States (1986). Federal Bureau of Investigation, U. S. Department of Justice, Washington, D C.
- Doob, Anthony N. and Macdonald, Glenn E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37 (2), 170-179.
- Dunwoody, Sharon and Neuwirth, Kurt. (1988, December). Coming to terms with the impact of communication on scientific and technological risk judgments. Paper presented at the Symposium on Science Communication: Environmental and Health Issues; Annenberg School of Communications, University of Southern California, Los Angeles, CA.
- Ferraro, Kenneth F. and LaGrange, Randy (1987). The measurement of fear of crime. *Sociological Inquiry*, 57, 70-101.

- Gerbner, George. (1972). Communication and social environment. *Scientific American*, 227, 153-160.
- Gerbner, George; Gross, Larry; Morgan, Michael; and Signorielli, Nancy. (1980) The "mainstreaming" of America: Violence profile No. 11 *Journal of Communication*, 30 (3), 10-29.
- Gerbner, George; Gross, Larry; morgan, Michael; and Signorielli, Nancy (1981a). A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, 8 (1), 39-72.
- Gerbner, George; Gross, Larry; Morgan, Michael; and Signorielli, Nancy. (1981b). Final reply to Hirsch. *Communication Research*, 8 (3), 259 - 280.
- Gerbner, George; Gross, Larry; Morgan, Michael; and Signorielli, Nancy. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In Jennings Bryant and Dolf Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gerbner, George; Gross, Larry; Signorielli, Nancy; Morgan, Michael; and Jackson-Beeck, Marilyn. (1979). The demonstration of power: Violence profile No. 10. *Journal of Communication*, 29 (3), 177-196.
- Hawkins, Robert and Pingree, Suzanne. (1981). Uniform messages and habitual viewing: Unnecessary assumptions in social reality effects. *Human Communication Research*, 7 (4), 291-301.
- Hawkins, Robert P. and Pingree, Suzanne. (1982). Television's influence on social reality. In National Institute of Mental Health, television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties. (DHHS publication no. ADM 82-1195). Washington, DC: U. S. Government Printing Office.
- Hirsch, Paul M. (1980). The "scary world" of the nonviewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, part I. *Communication Research*, 7 (4), 403-456.
- Hirsch, Paul M. (1981). On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, Part II. *Communication Research*, 8 (1), 3-37.

- Morgan, Michael. (1983). Symbolic victimization and real world fear *Human Communication Research*, 9 (2), 146 - 157.
- National Coalition on Television Violence. (1985, July-August) NCTV News, p. 6.
- National Coalition on Television Violence. (1985, November 1) (Press release), P. 4.
- Ogles, Robert M. (1987). Cultivation analysis: Theory, methodology, and current research on television-influenced constructions of social reality. *Mass Comm Review*, 14 (1 and 2), 43 - 53.
- Ogles, Robert M.; Bochms, Mary L.; Gould, David; and Rodin, Simone. (1986, August). Correlates of television viewing: Perceptions of crime. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Norman, OK.
- Ogles, Robert M. and Hoffner, Cynthia. (1987). Film violence and perceptions of crime: The cultivation effect. In M. L. McLaughlin (Ed.), *Communication yearbook 10* (pp. 384 - 394). Newbury Park, CA: Sage.
- Ogles, Robert M. and Ogles, Lynn C. (1987, May). Television viewing and estimates of crime victimization: Exploring cultivation analysis in the video age. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Montreal, Canada.
- Ogles, Robert M.; Sparks, Glenn G.; and Mrozla, Bridget A. (1989, May). More evidence that fear of victimization and the perceived probability of being victimized are conceptually distinct implication for the cultivation hypothesis. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, San Francisco, CA.
- Roberts, Churchill. (1985, August). The cultivation effects of television violence: Further testing. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Memphis, TN
- Sparks, Glenn G.; Ogles, Robert M.; Vavrus, Mary D.; and Spirek, Melissa M. (1988, May). The difference between fear of victimization and the probability of being victimized: Toward conceptual clarity in studies of media cultivation effects. Paper presented at the annual conference of the In-

ternational Communication Association, New Orleans, LA.

Warr, Mark. (1984). Fear of victimization: Why are women and the elderly more afraid? *Social Science Quarterly*, 65, 681 - 702.

Zillmann, Dolf and Bryant, Jennings. (1985). *Selective exposure to communication*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

利用与满足的理论研究

菲利普·帕尔姆格林
(philip palmgreen)

自从布卢姆勒 (Blumler) 和卡茨 (Katz) 发表了很有建树的一书《大众传播的利用》后，学者们开始大量研究人们对传媒的利用、利用传媒的满足 (gratification)，并考察它们的前因后果。十年前，有批评家认为，这种研究从根本上是缺少理论性的，他们的观点也得到了某些人的认同。今天，这种观点就不太站得住了。事实上，当人们回顾以前的研究时发现，在过去的十年里恰恰是研究的理论性有了很大的加强。布卢姆勒和卡茨 (1974, p. 13) 对此进行预言，他们认为，“对传媒利用和满意程度的研究已进入了它发展的第三阶段：一种即将到来的阶段”。他们说，这第三阶段就是指在研究了人们动机、期望以及传媒作用下的人们行为后，开始重点解释它们间的关系。换句话说，布卢姆勒和卡茨已感觉到，在学者们经过长期的对传媒的利用和人们的动机进行考察后，70 年代以来重点已转向对理论的研究。

尽管对利用传媒的动机和实际消费的衡量和描述仍是很重要的，越来越多的研究开始向理论方面发展，这指的是从此研究中得出关于满足和媒体消费假说，并对其进行考察；比如对寻求满足和实际所得满足这两者的关系；使用传媒的社会和心理根源；满意程度以及媒体带来的效果。这些研究已经开始将布卢姆勒和

卡茨以及其他学者十年前就认识到的研究缺陷补上来，而其他的
一些研究则从完全新的视角进行研究初探。由于媒体经历了迅猛
的发展，它的功能也有所改变，当研究者们试图深入了解媒体在
社会中的作用时，所采用的研究方法与以往有了很大的不同。

这一章要从理论上对利用与满足的各种研究进行考察。对一些
与重要的理论假设有关的论据也要进行详细的考察，有些假设
是从一些新近的研究中得出的，这些研究使用新的、很有道理
的方法来考察利用和满足现象。我们还要从6个方面对研究发现逐
个考察：1. 满足与媒体消费；2. 满足的社会和心理根源；3. 满
足和传媒效果；4. 对满足的寻求和获得；5. 从消费者的期望值
来研究对传媒的利用和满足；6. 传媒受众的行为。这些研究
发现被融入一个完整的模式中，这个模式有着较复杂的理论结
构，是从相关领域的研究逐步得出来的。最后，我们会就利用
与满足研究所面临的挑战进行探讨，包括如何理解人们对新的
传播技术的使用以及有关大众传媒利用研究的一种比较理论的
发展。

一、满足与媒体消费

首先对卡茨、布卢姆勒和古列维奇（1974，p. 20）的经典
著作做一下摘要，他们认为利用与满足的研究指的是“1. 它的社
会和心理根源；2. 人们的需要；由需产生的；3. 对利用和满足的
期望；4. 大众媒体和其来源；它导致了5. 接触媒体的不同方式
（或是对其他活动的参与），它导致了6. 对需要的满足；7. 其他一
些结果，尤其是没有预料到的”。

此项研究对各种因素都很关注，但从整个利用与满足大范围
来看比较松散。研究者们将重点研究上面所列的2至6点，对第
1点（社会和心理根源）和第7点（传媒效果）则关注较少。这
样一来，这种研究方法与原来的研究意图不符，原来的研究意图

是由于对早期的有关“效果”的研究不满意，学者们想通过满足这个概念，将其作为研究中的变量，来提高对传媒效果的预测。如果这种研究真是一个“经调整的效果模式”，那么卡茨等（1974，p 28）在这种研究方法出现 30 年后所下的结论就令人奇怪了，他认为很少有学者在实证和理论上付出努力，将人们的期望和动机与传媒的效果联系起来。尽管近些年来有关“利用和效果”研究有大量的增加，而且学者对消费者需求和满足的社会和心理根源有了较多的关注，但是，大多数研究还是在对个人的大众媒体消费过程进行反复的解释与说明。这种消费被狭义的定义为消费者对各种媒体及媒体内各种内容的选择与接触，被看作以一个人的需要、愿望和要求为动机的利用与满足。对研究者来说，人们通过使用媒体满足自己的需求，也就是想从传媒中获得自己想要的东西。这些消费者想获得的满足被看作是主要的动机之一，这是有目的的媒体消费行为，为的是满足得以实现。

实证研究

在研究满足（想得到的和最终得到的）和媒体消费的关系时，一般分成两类：1. 将人们对媒体的满足分类研究；2. 考察实际中以下两方面的关系，一方面是人们想从媒体中得到什么以及最终得到了什么满足，另一方面是人们对传媒的接触和内容的选择测量。第一类是利用与满足传统研究的核心，其主要目的是分清人们使用媒体的动机种类。70 年代以前，主要是这方面的分类研究。新的分类研究，尤其是对媒体内容的分类（比如电视新闻）在这之后则更是层出不穷。这里所考察的大多数实证研究实际上就是对媒体或媒体内容的分类。

贝克尔（Becker，1979）、麦克劳德和贝克尔（McLeod and Becker，1981）对研究中使用的三种技巧进行了讨论。这三种技巧用来分清消费的动机并测量其力度：1. 从采访人那里得到他们对自己动机的阐释的技巧；2. 从年龄、性别和社会地位上推

断出媒体消费的动机；3. 对动机进行实验性控制手法。第一种技巧是所有衡量办法中最直接的，但远比后两种用的少，尽管我们在文章后部分才提到后两种方法。第一种技巧实际上包括许多方法，比如请被采访人写出自己媒体消费的理由；对传媒的使用者进行采访，或是一对一的或是对一组人进行采访；还有一种根据采访的内容或采访人自己写的材料加以整理，进行利克特（Likert）式的满足分类。这最后一种测量方法是为了更好的从各个角度认清人们的各种满足维度，从而对各种因素进行分析，多方位的衡量，或是集中进行分析。通过这些方法，分类研究已经找出了各种各样的媒体消费动机，这些动机包括想通过媒体获得信息，进行娱乐，实现社交功能以及确立个人形象（Katz et al., 1974）。

对媒体消费解释是否正确取决于各种从被采访人那里得到有关自我动机的技术是否有效。尽管这种方法在社会科学中得到公认并被长期使用，但是人们也发现它有局限性。从现在的情形看，人们所争议的是被采访者在多大程度上能意识到自己的消费动机或通过这种闭卷或开放式访谈技术能使被访者意识到消费动机。有人批评这种方法会受到以下几方面的影响，有社会的包容性，被采访者的教育程度以及研究者所强加的概念化（Becker, 1979; McLeod and Becker, 1981）。这些争议对传统的研究来说并不是新的也不是独一无二的。如果我们可以表明这些指标与从理论上预见其他的变量有关，尤其是对媒体消费的多种测量，有关这方面的担忧是可以被消除的。从采访中得出的证据又同时验证了普遍的说法，也就是对大众传媒的消费是以研究者所查出的人们以满足为动机的。

在这方面，我们在浏览文献后找出的二十多个研究都表明了人们在各种满足的测量（想得到的和实际上得到的）与对媒体的接触、媒体种类的选择和内容的选择之间是有联系的（Becker, 1976; Becker & Fruit, 1982; Blood & Galloway, 1983; Blum-

ler & McQuail, 1969; Davis & Woodall, 1982; Greenberg, 1974; Hedinssohn, 1981; Hur & Robinson, 1981; Kippax & Murray, 1980; McLeod & Becker, 1974; McLeod, Bybee, & Durall, 1982; McLeod, Durall, Ziemke, & Bybee, 1979; McQuail, 1979; Nordlund, 1978; Palmgreen & Rayburn, 1979, 1982; Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1981; Peled & Katz, 1974; Rosengren & Windahl, 1972; Rubin, 1981, 1983; Rubin & Rubin, 1982; Wenner, 1983)。在上述的研究中, 只有一个研究提供了纵向的数据 (Blood & Galloway, 1983), 这些证据都是相互关联的, 这些研究对满足的不同性做了记载, 可使我们预见人们在不同情境下对媒体的消费有更大的多样性。这些不同的情境下, 它包括和平时期的总统竞选到战争时期对媒体的利用的种种情况。

电视是多数研究的对象, 包括电视的收看; 不同节目的收看, 比如电视新闻, 电视辩论和电视小测验, 还有公共电视的收看; 以及某些特殊节目的收看 (比如, 《根》)。有一些研究显示, 满足以不同的方式与人们对节目的选择相关。比如, 帕尔姆格林等人 (1981) 发现, 被采访者一直认为从他们最喜欢的电视网新闻节目中获得满足, 这要比他们从其他两个更有竞争力的节目中获得的多 (或者他们所感到他们会获得的)。A. M. 鲁宾和 R. B. 鲁宾 (1982) 发现, 收看人们所寻求的特定满足与收看某种类型的节目相关。常规分析告诉我们, 想通过电视放松一下的满足 (消除孤独感、放松、消磨时间、激励和形成习惯) 与收看电视的整个时间有关, 人们通常会收看白天放的电视剧和游戏比赛。想从电视上获取信息满足的人, 则常看电视新闻、文献片和脱口秀。

当然除了电视, 人们还对其他媒体进行了研究。基帕克斯和默里 (Kippax & Murray, 1980) 发现, 人们从 5 种不同的媒体中所获得的满足越大, 对媒体的接触就越多。只有报纸不符合这

个关系。麦克劳德等人(1979)发现,想从不同的媒体中获得有关监督投票的指导多是年轻人,而想从媒体的内容上得到刺激则一定是年纪大的投票者。对两个年龄段的人来说,接触有关政党的媒体内容无外乎想满足以上两种满足。其他的学者还研究了人们的满足和需要与使用报纸、广播和其他媒体的关系,他们是诺兰(Nordlund, 1978)、罗森格林、温达尔(Rosengren & Windahl, 1972)和克林、米莱尔、莫里森(Kline, Miller & Morrison, 1974)、贝克尔、弗雷德(Becker & Fruit, 1982)。最后一个研究则提供了如下的证据,人们对不同传媒的期望和所获的满足不同,对传媒的选择也不同。被采访者在收看本地或有关国家的新闻时,会选择报纸或电视其中一种媒体,他们的选择与他们对这两种媒体的评价有关,也就是哪个媒体更能满足人们获得本地或国家新闻的需要。

从总体来看,在各种媒体消费的研究中,人们的动机和所获的满足测量与媒体的消费指数之间关系并不太明显(.15-.40)。这种关系一般都是在对大众媒体行为的跨区研究中发现的,包括在那些“传媒效果”的研究中。其中有一半的研究对有关人口、传媒的使用和政治方面的变量都使用了统计方法。温纳(Wenner, 1983)在一个比较严密的研究中,通过使用“分层回归分析”发现,当考虑到人口、传媒的使用和依赖性测量时,人们在收看晚间新闻网和“60分钟节目”满足的测量上会有明显的新差异。赫丁松(Hedinsson, 1981)提供了另外相关的证据,他在研究瑞典儿童的电视使用时,使用了一种有15个变量的结构平衡模式(LISREL)。电视的使用指对电视内容的界定和互动相关(照罗森格林和温达尔的说法是种“捕捉节目”。Rosengreen & Windahl, 1972),这与五年级学生($\beta = .16$)和九年级学生($\beta = .26$)的电视收看程度都成积极相关。电视带来的效果与模式中的社会阶层和社会化变量无关。

结论

美国、英国、瑞典、以色列和澳大利亚的研究数据证明了以下论断：人们对大众传媒的消费是以人们与消费经验相关的满足为动机的。另外，还有证据表明，人们的动机绝不是单一的，其中几个调查发现人们的动机是多样的。就像博加特（Bogart, 1965）等人所认为的那样，也许有人是偶然进行媒体消费，而且对传媒的消费受到一些因素的制约，比如是否可接触到某个媒体以及是否受工作时间的制约，但是有一点我们不可否认，那就是动机在媒体的使用中也起到很大的作用。

二、从传媒获得满足的社会和心理根源

在研究青少年对传媒的接触和它带来的社会化时，约翰斯通（Johnstone, 1974, p. 35）观察到，“大众传媒的使用者在体验媒体时并不是作为一个单个的个人，而是作为社会的成员之一，是社会文化的参与者”。这个观点被大多数研究者认同，这些人“尽管总是反对‘大众媒体的受众’这个说法，因为这样一来就把所有观看电视节目、看电影和读杂志报纸的人看成了集体”（Blumler, 1979, p. 21）。从这个观点看，个人对传媒的需求与他们所处的社会环境有关。

布卢姆勒指出了从媒体获得满足三个主要的社会根源：1. 常见的原因：由于性别、年龄以及社会的角色不同会使人们产生对传媒的特定的需求和期望；2. 更多的接触媒体带给人们社交的机会（比如，加入组织、频繁社交）或是由于缺少各种社交的机会，想从传媒那里得到补偿（比如，缺少朋友、很少有电话或没机会放松）；3. 个人对他或她的社会状况的主观的反应或调整（比如，对自己的工作或社会角色的满意）。约翰斯通（1974）主要研究人们在社会中的融和，他对有关社会变量的作用有不同的理解。有人使用传媒是想从现实生活中解脱出来。对于这种动

机，布卢姆勒则认为只是想从传媒中得到补偿。有人使用传媒是想获得某种经历，这是由于人们渴望与社会保持联系，以适应社会环境。对这种类型的使用有一个词更适合描述它，叫作“社会适应”。

心理因素也可用来解释人们使用媒体的动机和来源。布卢姆勒在他的“主观适应”社会环境的论述中已有所暗示，但是只有麦奎尔（McGuire，1974）从理论的角度写了一篇很精彩的文章，集中讨论利用传媒的心理动机。他将人们的动机分为16类，通过论述大量的有关心理方面的理论来增强对媒体消费认知和感情支柱的理解。这些理论有，一致性理论、归因理论、复杂性理论和有关不同性格的理论，通过使用这些理论得出了有关媒体满足的种种假说。

麦奎尔在这方面获得成功与对此类研究缺少心理根源的实际调查形成鲜明对比。只有两项调查考虑到心理因素与人们的满足有关。在诺兰（Nordlund，1978）所做的一个调查中，神经过敏的人会收看电视小测验节目、杂志连载、娱乐节目和电视连续剧，以此获得从现实生活中脱离出来，并与电视中的人物进行类似社会上的交往的满足。罗森格林和温达尔（1977）发现，神经过敏和内向—外向性在人们对传媒及内容有着很复杂的互动关系。其他研究也显示人们对媒体的满足与人们的态度有关系（Greenberg，1974；Hur & Robinson，1981）。由于这方面的证据较少，我们无法给出有关心理因素的总论，后一部分我们将着重谈社会根源这个问题。

社会根源的实证性研究

在研究人们使用传媒的动机时，学者们已开始缓慢地找出一些有关社会因素的作用。至少有20个研究提供了有关人口和社会环境的证据，证明它们对人们的动机是有作用的。其中有一半研究都是探索性的，没有理论的指导，尽管在一些案例中提到了

不正式的“期望”(见 Becker & Fruit, 1982; Davis & Woodall, 1982; Greenberg, 1974; Hur & Robinson, 1981; Kippax & Murray, 1980; Lometti, Reeves, & Bybee, 1977; Lull, 1980; McQuail, 1979; Peled & Katz, 1974; Rubin, 1981; Rubin & Rubin, 1982)。在大多数调查中,人们并未对社会根源做重点研究,有关人口和社会因素的证据也只是在研究中作为辅助。只有在一些案例中,研究者才对两者的关系在事后做一些解释。不过这些研究确实承认,人们使用传媒而寻求和获得满足确实与人们的年龄、教育程度、性别、收入、家庭交流方式、居住的时间长短与他人的讨论、组织中成员身份这些因素有关。但是在大多数个案中对这些关系还需从理论角度进行解释。

有些研究已开始加强理论性来探讨社会根源这个问题(见 Blumler, 1979; Brown, Cramond, & Wilde, 1974; Hedinsson, 1981; Johnsson-Smaragdi, 1983; Johnstone, 1974; Nordlund, 1978; Palmgreen & Rayburn, 1979; Roe, 1983a, 1983b; Rosengren & Windahl, 1972; Rubin & Rubin, 1981)。比如,罗森格林和温达尔(1972)从功能的、补偿的理论框架出发,得出以下这个假定,并找到相应的证据,也就是有人社会交往少,通过接触传媒得到满足。约翰斯通(1974)做过这方面的研究,虽然他没有直接研究人们在媒体方面的满足,而是很好的利用补偿和刺激的理论将人们一些满足(脱离现实,社会适应)作为研究变量,这个研究变量介于社会结构变量和传媒消费之间。罗(Roe, 1983a)从一个与此相似的文化结构角度出发,使用了一个不同的研究方法,来考察瑞典青少年看录像带有什么社会原因。通过对50个高中生进行深度考察(15岁),他发现大多数看录像带的社会满足是:1. 建立与维持与同龄人的活动;2. 从父母和成年人那里实现自立;3. 表现反传统的作风。男青年看暴力恐怖的录像带则是为了考验自己以成为男人。罗的研究显示人们对社会的需要、兴趣和期望是如何促使人们通过大众媒介来

融入社会的。

总结

无论是理论性强的研究还是探索性的关于社会根源研究，学者们很难得出有关满足与社会根源两者关系的结论，这比上一部分总结人们对传媒消费还要难。在一些案例中，只提到了有关频率的数据，在别的研究（比如，Roe, 1983a）中，学者所使用的方法已排除了使用数据衡量方法。各研究中只有6个研究运用了统计学的方法。即使如此，这些研究中提到了两者的关系，也不太明显。

只有两个与媒体相关的满足有关的社会根源的结论看起来有理。首先，大量充足的证据表明，人们对传媒的使用确有其社会结构和社会过程上的根源。第二，我们刚刚开始对理论上的联系有所了解。当然卡茨等人（1974）和列维（1977）的观察是正确的，也就是没有哪个理论框架将人们对传媒的满足与它们的社会根源连在一起。然而，我们可能会问，这种普遍适用的理论到底在哪。以及目前这个阶段是否有必要一定要依据一个理论。如果人们将理论当做一个目标而不是作为研究时的标准，那么就会给研究带来局限性。布卢姆勒（1974）提出的这些概念包括常规的影响原因、社会机会和主观的社会调整，约翰斯通（1974）和罗（1983a）的社会适应的概念都得到一些验证，值得进一步的研究和考察。其它的一些概念，比如融入社会和生活圈，看起来也同等重要。不管理论框架如何，如果想从正确的社会和文化情境下考虑人们对传媒的接触和使用，就需要对社会根源做更多的理论研究。

三、对传媒的满足和传媒的效果

人们很早就知道，十年前卡茨等人（1974）下过这样的结

论，在实证或理论方面很少有研究者考察过使用媒体的动机和其相应效果间的关系。尽管人们认为使用这利用与满足研究方法主要是研究对传媒的消费，但是，许多研究者认为如果考虑到使用者的动机会有助于研究效果的过程。最近，布卢姆勒（1979）就曾批评过缺少理论上的进展，这主要是由于有关通过满足研究效果的研究“太少”。温达尔（1981）也呼吁，应该将“效果”的研究和利用与满足的研究合在一起，他提出了一种“利用和效果”模式，把媒体内容和媒体利用之间的互动结果作为“连贯的效果”。

在回顾以前的研究资料后，我们发现这种长期期待的综合的研究方法如果说还没有真的实现，至少也受到了人们充分的重视。现在至少有 20 种有关“利用和效果”的实证性的研究，其中有 2/3 是在过去 5 年里出现的（Becker, 1976; Blumler & McQuail, 1969; de Bock, 1980; Garramone, 1983; Greenberg, 1974; Hedinsson, 1981; Hur & Robinson, 1981; McLeod & Becker, 1974; McLeod, Becker, & Byrnes, 1974; McLeod, Brown, Becker, & Ziemke, 1977; McLeod, Luetscher, & McDonald, 1980; Nordlund, 1978; Roe, 1983b; Rubin, 1981, 1983; Rubin & Rubin, 1982; Weaver, 1980; Wenner, 1982, 1983; Windahl, Hedinsson, Höjerback, & Nord, 1983）。

这些研究显示，人们对传媒的种种满足（包括寻求和获得满足）与许多传媒带来的效果有关。这些效果包括知识水平、对传媒的依赖性、人们的态度、对社会现实的认识、议程设置、讨论以及不同的政治效果变量。大多数调查研究媒体的使用和人口统计等变量时采用统计方法，一些还利用了多种的统计技术，如分层回归、典型相关、多重分组分析、结构方程模式，这样就大大增加了研究的正确性。在使用分层回归的研究中（McLeod & Becker, 1974; McLeod et al., 1977; Wenner, 1982, 1983），当引入传媒的使用和控制变量后，人们使用传媒的满足则带来了

效果上的不同。另外，至少有三种请被采访者写出自己达到满足的研究使用了座谈讨论的方法 (Blumler & McQuail, 1969; McLeod & Becker, 1974; McLeod et al., 1977)，通过人们寻求满足预见传媒带来的效果。另外一个研究是对人们的满足进行推论，也采用了小组讨论的方法 (Roe, 1983b)。这些研究是在四个国家里进行的 (美国、英国、瑞典和荷兰)，具有跨文化的有效性。尽管大多数研究是有关电视的，有几个也提供了有关报纸的研究数据。

对媒体的依赖性

在有关媒体的利用和满足的研究中，媒体所带来的“效果”之一“对媒体的依赖性”得到了人们的关注。对这个变量，人们有几种不同的说法 (依赖性、相依性、亲密性——甚至是没读报纸会生气)，但是在衡量所有这些概念中，调查者都是对被采访者进行以下的询问：如果错过某样媒体会在多大程度渴望它，对他们而言这个媒体有多么重要等等。之所以在近来的研究中，依赖性这个变量显得较重要，可能由于它与功能选择这个概念 (Rosengren & Windahl, 1972) 和媒体依赖论 (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976; Rubin & Windahl, 1982) 有关。虽然在大多数研究中它被看做是一个效果变量，对媒体的依赖性可以说既是媒体消费的前提又是媒体消费的结果。在任何情况下，对媒体的依赖性都与接触媒体的一些动机有关。与通过理论进行的预测一致，人们如果越是渴望从媒体那里获得满足或是认为他们获得了满足，他们就越会依赖这个媒体 (Rubin & Windahl, 1982)。

人们使用媒体的特定满足在多大程度上与对它的依赖有关，这要看媒体以及媒体的内容这两个变量。尽管有几种动机似乎与对电视的依赖有关 (比如，做伴、娱乐、消磨时间、刺激、放松)，但是监督和获取信息这两个动机与对电视的依赖则不大 (de Bock, 1980; Greenberg, 1974; Rubin, 1981, 1983; Rubin

& Rubin, 1982; Windahl et al., 1983)。在对荷兰的一次报纸罢工和电视的停工调查中, 博克(1980)发现由于无法获得信息, 人们感到很沮丧, 从这点上看可预见到人们是最依赖报纸的, 但是人们并不依赖电视获取信息。从6个研究的数据看, 人们并不将电视作为获取信息的主要来源。比较来说, 读报纸的人(至少在荷兰)将报纸作为主要的信息来源。温纳(1982)提供的数据显示, 人们依赖电视的新闻和记录片(60分)是与人们的监督满足有关, 这从节目的内容可看出来。但是即使这样, 人们对这些节目的依赖多是为了人与人之间的交往和辅助性社会的交往的满足, 这些胜于进行监督的动机。

对一种理论方法进行考察

布卢姆勒(1979, pp. 15—16)曾批评: 到目前为止, 有关媒体的使用和效果的研究都是探索性的, 缺少理论方法, 它们“就是将使用者的倾向输入电脑, 看到底会有什么效果”。不幸的是, 一些“利用和效果”研究仍存在准确描述这种现象。尽管满足常常会加强或减弱媒体带来的效果, 研究者有时却忽略了对这个关系的理论进行研究, 或是只在事后进行考察。

为了提倡使用更理论性的方法, 布卢姆勒(1979)提出了三个假说, 将我们通常观察到的满足分成三类: 1. “认知动机”, 为了信息的获取; 2. “娱乐和从社会解脱的动机”, 使观众接受对社会现实的认识, 与在娱乐节目中看到的人物一致; 3. “确立个人形象的动机,” 达到加强效果。

与这些假说有关的一些实证数据现在慢慢积累起来。比如这个假说: 认知或监督动机会促进人们学习。麦克劳德、贝克尔(1974)发现, 在一个政治活动中, 人们获取知识的最主要的动机是进行监督。同样的, 麦克劳德等人(1980)提到人们监督的这个动机使得人们了解到一个经济危机, 而交流的效用则不会帮助人们了解到这个信息。同样的, 阿特金斯、鲍恩、纳伊曼、沙

因克夫(1973)和阿特金斯和希尔德(1976)发现,通过收看政治广告以了解信息的人与其他的“捕捉性观众”不同,他们是为了了解更多有关每个候选人的情况。

两个比较少见的(关于利用和满足的研究)实验性的调查也支持布卢姆勒的假说。加兰蒙(1983)请实验对象观看一个电视上的政治广告以“了解候选人对问题所持的立场”(主要是为了了解问题)或是“对候选人的性格形成印象(主要看形象)。前者对问题有更多的了解,而且比后者更自信。后者则更关注广告的画面(得到更多有关性格的信息),他们更自信自己对视觉信息的回忆。与前者相比,他们通常会根据性格推断出广告所传递的信息,而不是通过隐含的性格理论。

麦克劳德、贝克尔(1981)提到的一个试点性实验的结果与上面的类似。实验的对象分成小组,坐在一间休息室里,每组发给同样数量的有关公共事件的期刊。第一组得知,一会儿,他们要测验有关“对巴基斯坦当前状况的了解”。第二组则要求写一篇有关美国对巴基斯坦军事援助政策的文章,第三组(控制)则无确定的要求。前两个小组,因为他们有不同的获知动机,比第三组更充分地利用手里的期刊。虽然他们与第三组相比,并未对巴基斯坦有更多的了解,他们却从期刊中回忆起更多有关巴基斯坦的图片。另外,还有这样一个事实,在各种不同的认知动机下,实验过后写文章时,第二组的文章字数比其他两组多两倍而且所用的信息更清楚。实验结果也支持这个研究发现,表明不同类型的认知动机有助于通过媒体了解信息。同时,研究证明,通过实验对象自己做报告是可行的测量方法。

不过,有关娱乐假设的证据并不支持以上这一假说,所以这个假说应该修改一下。在4个研究中,如果人们认为电视反映了现实生活,那么收看电视最强烈的动机是从电视内容上获取有关生活的“信息”(Greenberg, 1974; Rubin, 1979, 1981, 1983)。看电视是为了逃离或忘记的人,则很少认为电视反映了

现实生活。回顾来看，那些认为电视反映现实生活的人，应该最可能想从电视上获取有关生活的信息。内容如果如生活一样真实，对那些想从现实生活中解脱出来的人则不具吸引力。注意，这个假说是将“电视是反映现实的观点”看做与使用媒体动机有关的可识变量，而不是接触媒体所带来的结果。我们也要注意这里所引的研究指的是人们对媒体“所描述”的现实的认知。这种认知并不一定与这种描述的更客观的影响有关。需要使用这样客观的测量方法对布卢姆勒的假说做进一步调查。

最后，对布卢姆勒的确立“个人形象”动机的假说还没有直接的证据。这一部分是由于受众倾向所含的内容范围太广，包括充实自己、身份和辅助性社会交往等多种满足。布卢姆勒和麦奎尔（1969）和麦克劳德、贝克尔（1981）提供了不太直接的部分证据，他们发现在选举期间的活动中，那些想充实自己的人会选择性收看与他们喜欢的候选人有关的内容。麦克劳德、贝克尔也发现了这一点。

互相作用的效果和附加的效果

在传媒效果中人们寻求和获得的满足起到什么作用，这个很重要的理论问题是指，媒体所带来的效果和动机是附加产生的，还是互动产生的。麦克劳德、贝克尔和他们的同事在研究政治传播中证实了一种“附加效果模式”（Becker, 1976; McLeod & Becker, 1974; McLeod et al., 1977, 1980）。温纳（1982, 1983），在研究人们对电视新闻的依赖性时，也证明在含有使用媒体变量的分层回归的模式中，加进满足所带来的“主要效果”这个概念，就会使得人们对媒体的依赖有所不同。但是，温纳在他的模式中并未包括相互作用这个概念。相比而言，在政治活动（Blumler & McQuail, 1969）和议程设置（McLeod et al., 1974）中使用传媒和人们的满足之间则相互作用。看来这回证据是支持“附加效果模式”，不过这两种模式在不同的研究中都可能适用，

因为不同的研究情境、变量和实际操作都不同。很明显，我们需要更多地对比这两种系统阐述的研究。我们也要注意观察到的有关“互相作用”这个概念的形式，因为模式的数量都会在互相作用中具有统计学上的重要意义。

四、寻求满足和获得满足

在70年代早期和中期，一些传媒研究学者（比如 Greenberg, 1974; Katz, Blumler & Gurevitch, 1973; Lometti et al., 1977）强调应该对媒体消费的各种动机或寻求的各种满足（GS）和人们认为自己是否得到满足（GO）这两个不同的概念加以区别。到现在为止，许多研究在实际证明中都缺少对这两个概念进行区分，这样就忽视了一个很重要的理论。导致个人媒体消费的动机是否等同于感受到的消费结果应对人们以后的媒体行为和对传媒的评价具有很重要的后果（McLeod et al., 1982）。

在过去的5年里，有大量的研究直接考察GS和GO的关系以及这些变量合起来或分开来对传媒消费，传媒的作用各有什么影响（Levy & Windahl, 1984; McLeod & Becker, 1981; McLeod et al., 1982; Palmgreen & Rayburn, 1979; Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1980, 1981; Rayburn & Palmgreen, 1984; Rayburn, Palmgreen, & Acker, 1984; Wenner, 1982, 1983）。

有一个很重要的发现是个人的满足的寻求与他所相应得到的满足之间关系（.40 - .60）比较明显（Levy & Windahl, 1984; McLeod et al., 1982; Palmgreen et al., 1980; Rayburn & Palmgreen, 1984; Rayburn et al., 1984; Wenner, 1982, 1983）。这与不相对应的GS与GO之间的相关一般相当低，一起支持了与寻求和获得满足相关的一种反馈模式。

另一方面，人们寻求满足与实际所得到的满足，在实证和概

念方面是独立的。得出这一结论有几种原因：首先，尽管这两者之间（GS 与 GO）的关系很明显，但是 GS 和 GO 量度不兼容的方差也很大（65% - 85%）。人们的寻求满足和实际所得到的满足之间并不是一方决定另一方，而是相互影响。第二，这两者的范围在一些研究中不同（McLeod et al., 1982; Palmgreen et al., 1980）。第三，寻求满足的平均值也通常与人们所获得的满足的平均值不同。第四，至少有两个研究已发现，这两者各自会造成使用传媒和实际效果量度中的方差（Wenner, 1982, 1983）。

抽象的层次

为了尽量扩大在实际证明中 GS 和 GO 的区别，研究者们将研究设置在不同的媒体抽象层次上来衡量这两个概念。比如，帕尔姆格伦等人（1980, 1981）通过一般意义的电视新闻来测量 GS，而通过电视网晚间新闻节目来测量 GO。同样的，麦克劳德和贝克尔（1982）通过“总统竞选”来测量 GS，通过电视播出的总统辩论来测量 GO。最近，列维、温达尔（1984）和雷伯恩、帕尔姆格伦（1984）则在研究瑞典和美国的电视新闻中测量 GS 和 GO，这两个研究的媒体内容的抽象程度是一样的，都指的是电视新闻。研究发现，GS - GO 的相关接近 .50，与媒体抽象程度不同的研究所得的结果相似，都是得出，GS 和 GO 之间有相关之处又有不同的地方。这些研究都是初步的，需要谨慎的对待。但是，如果未来的研究要重复这些结果，必须采取一个比较重要的概念和方法。用同一抽象层次测量 GS 和 GO 对直接比较传播的后果与所寻求的东西是很重要的。如果用不同的抽象标准来测量 GS 和 GO 时，会得出一些有悖理论的结果。比如，正如帕尔姆格伦等人（1981）曾讨论过的，如果人们从喜欢的电视节目所得的满足远远大于从别的节目中获得的乐趣，那么 GS - GO 的差异也会比后者的大。

当然，有时也需要在不同的抽象水平上来测量 GS 和 GO。比如，我们想通过人们的期望和实际所得的满足来预测人们对不同的功能项的接触。当用同一抽象层次测量每一个功能项的 GS 和 GO 时，如果想从这些功能项中测量出 GS，要求人们至少使用过它们。比如，要明白“我看 CBS 新闻是为了有话题可谈”这句话，需要你至少看过 CBS 新闻。另一方面，即使没看过 CBS 新闻，也会从普遍意义上的电视新闻对 GS 进行正确的衡量，而从不同的节目中得出人们实际所得的满足（对看过的电视来说）以及假想的满足（对没看过的电视节目来说）。正如前面谈及的，尽管在这种情况下测量出的 GS - GO 的差异会产生一些有悖理论的结果，我们仍有可能使用 GS 和 GO 的测量方法来分别考察它们在节目选择上的作用。这就是帕尔姆格林等人（1981）在研究新节目选择中所使用的方法。

五、一种期望值的方法

在大多数的研究利用和满足的模式中都有一个很重要的概念叫“期望值”。许多学者都使用过这个概念（参看 Katz et al., 1974; McLeod & Becker, 1981; Mendelsohn, 1974; Peled & katz, 1974）。在上面所讨论卡茨等人（1974）关于利用与满足研究方法的经典的概述中它是一个很关键的因素。这个概念指的是人们认为传媒该具有什么特征以及想从中获得什么样的满足，如果人们根据自己的需要来选择接触不同的传媒，或者是除了媒体的其他事物，他们总要对自己所选择的东西是否能最符合他们的需要有一定的认识。

然而直到最近，在理论的发展中缺少对“期望值”的一个严格的定义。人们对它有不同的理解，有人认为不同的行为是否有可能获得满足（McLeod & Becker, 1981），还有的认为它是指人们对传媒的要求（Peled & Katz, 1974），指对一些有后果的

特殊事件进行预料 (Mendelsohn, 1974) 想从中获得满足 (Katz, Gurevitch & Haas, 1973)。

某些学者 (Blood & Galloway, 1983; Galloway & Meek, 1981; Palmgreen & Rayburn, 1982; Rayburn & Palmgreen, 1984; Van Leuven, 1981) 近来建议, 如果对利用和满足采用一种“期望值”的研究方法, 它的概念就清晰多了。^① 尽管有些理论所强调的重点不同 (Atkinson, 1957; Fishbein, 1963; Fishbein & Ajzen, 1975; Rotter, 1954; Tolman, 1932; Vroom, 1964), 所有的理论都认为以下两者会影响行为, 行为目的或态度 (或这三者): 1. 期望 (或信念——人们认为的一个事物所拥有的特征或一个行为会有某个结果; 2. 估价——某个特征或行为为结果的好或坏的影响程度。

帕尔姆格伦、雷伯恩曾研究过看法、估价、想得到的满足和接触媒体这几者之间的关系。从“期望值”的角度看 (根据 Fishbein & Ajzen, 1975), 他们认为人们想获得的满足是信念和估价综合所得的结果: $GS_i = b_i e_i$ [1], 在这个公式里, GS_i 代表人们想从某些媒体 X (某些媒体、节目、内容类型等) 中所获得的第 i 个满足; b_i 代表信念 (主观所认为的可能性), 也就是 x 所具有的特征或是与 X 有关的行为会有什么结果; e_i 指的是对这一特征或结果的主观估价。

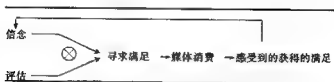


图 1.1 GS 与 GO 的期望值模式

另外一个可预见人们想从某一媒体中获得满足的公式是:

$\sum_{i=1}^n GS_i = \sum_{i=1}^n b_i e_i$ [2] 这两个模式成功地预见了人们想从电视新闻

中所获得的满足，它显示人们通过预料到电视新闻的特征并对这些特征进行估价，从而构成人们寻求满足相关动机的重要前提 (Palmgreen & Rayburn, 1982)。

对人们实际获得满足的进一步分析得出图 1.1 的模式 (Rayburn & Palmgreen, 1984)。这是一个过程模式，它表明人们的信念（期待）和估价会影响到人们想获得的满足，这又会反过来影响人们对传媒的消费。对传媒的消费又会导致人们对实际获得满足的认识，这反过来又会加强或改变个人对某个报纸、节目、节目类型等是否能满足自己需要的认识。比如，如果一个人认为“有关时事的信息”有价值，并认为（预料）电视新闻播放这些信息，他或她就会从电视新闻中寻求这些信息。假定人们可以收看到电视新闻，人们就会选择收看电视新闻。如果个人确实得到了他想要的信息，这个结果（GO）会加深人们一开始的看法。如果他或她得到的信息比他预料的少或多，那么人们的看法就会有所改变，人们在从电视新闻中获取信息的动机就会发生变化。

信念的形成

“期望值”这个方法假定，人们对某个传媒的信念是决定人们想从媒体获得自己想要的满足主要信息成份。这些信念有许多来源，取自人们接触某个媒体（一个媒体、节目、内容类型、报纸等）的经验总和（直接的和非直接的）。菲什拜因和艾森 (1975) 将信念分为三类：1. 描述性的；2. 信息性的；3. 推论性的。

描述性的信念来自于对一个事物的直接观察。比如，直接接触某一媒体就会形成或改变有关这一媒体的信念。

信息性信念是由从与某个媒体有关的人或事物那里获得的信息所构成的。我们有可能从某个朋友那里得知一份杂志或者通过广告得知这个杂志，形成信念。积累起来，信息性信念就会成为我们整个有关传媒体系看法中的一大部分，尤其是有关一些我们

从未接触过的媒体。

推论性信念是人们对未直接观察或还没有直接观察到的事物的看法。我们经常根据常规性的逻辑，个人有关隐含性格的理论（Wiggins, 1973）、因果联系（Kelley, 1973）和刻板模式（Lippmann, 1922）来得出某些看法。这种推论过程可推出有关某个媒体的具体特点，这是我们对未接触过的媒体的许多看法的基础。在此，文化和社会的刻板模式和规范在个人和人群对媒体的期望中起很重要的作用。

从这一角度看，我们重新审视这个批评性观点是很有启示性的。这个观点认为人们对满足的测量“仅仅”反映了文化或社会的刻板模式或神话，而不是个人接触传媒内容的“实际”经历。然而，这些刻板模式和神话是由人们对传媒的信念组成，这些信念是人们对一个媒体、节目或频道认识的重要组成部分。从个人的观点看，不管它们出自何处，这些信念都会影响媒体行为。所以，尽管人们主要从刻板模式和推论性信念来看待某个媒体，我们也可从中得出一些有关他个人对媒体的看法。当然从更大的社会或文化的角度看，决定人们对媒体的信念的类型和来源是很重要的。有关信念形成和改变的研究可以对媒体期望的社会根源有宝贵的启示。

满足与回避

一些研究（参看 Becker, 1979; Blumler & McQuail, 1969; McLeod & Becker, 1974）把人们使用传媒的满足分为“积极”（寻求消费媒体的原因）和消极（回避消费媒体的原因）的两种。贝克尔（1979）发现后者与前者在实证方面完全不同，而且呼吁对回避的测量给予更多的概念性的注意。

对利用和满足所采用的“期望值”方法为人们对满足和回避概念化提供了一个好办法，而且它还可帮助我们理解人们使用媒体的不同动机。在利用和满足研究中通过考察“回避”告诉我

们，大多数媒体中都会有人们不愿接触的内容（比如，政治内容），具有被消极估价的特性（设想与满足相关）。有一个例子讲的就是之所以有人避开电视上的政治内容：“对于我不喜欢的候选人，我不愿在电视上看有关他们的报道。”（Becker, 1979）由于“我不喜欢某些候选人”，有关他的信息也是不好的，那么相应地就会认为电视上的政治信息也是不好的。这样人们就真会避开他们所不喜欢的东西。

另外一种“回避”的情况通常是认为某个媒体不具备人们想要的被积极评价特点。比如，对于电视上的政治内容，有人会说“我看电视是为了放松”（Becker, 1979）。采取这种态度的人认为，电视上的政治内容并不能使人放松。这并不能够说明人们真是为了躲避电视上的政治节目，而是为了看那些更放松的节目。这种动机可叫做“有选择的寻求媒体”。

对媒体特质的“评价”与媒体所具特质的“信念”相对照，产生了4种使用媒体的动机。这些动机是从对媒体特征的不同感知/评价中得到的假设（参看图1.2）。

		对媒体特质的评价	
		消极	积极
对媒体所具特质的信念	无	消极的接近	有选择地寻求媒体
	有	真正的回避	积极的接近

图 1.2 使用媒体的动机类型

如果人们对媒体的特质的评价是正面的，而且认为他所接触的媒体具备这个特点，那么他就会主动接触这个媒体以获得他想要的（Palmgreen & Rayburn, 1982）。这叫作“积极接近”，大多数在利用和满足方面的研究做的就是关于这种动机；如果认为某个媒体有他认为不好的特质，他就会如前所述的那样“真正的

回避”接触这个媒体；如果他认为这个媒体不具备他认为的积极特质，他就会去“有选择地寻求媒体”；最后，如果个人认为某个媒体不具备他不喜欢的特质（比如，这个节目至少不枯燥），他或她就会接触这个媒体，尤其是如果别的媒体有一些不大好的特点（比如，很枯燥），因为这种情况并不是那种积极的选择性接触，所以我们叫它“消极的接近”。

当然，有人也会说“消极的接近”是“积极的接近”的一种反射，也就是，如果不认为某个媒体具有消极的特点（比如，枯燥），就意味着认为这个媒体具有积极的特点（比如，很精彩）。在某些情况，这种说法是对的。然而，我们也可这样说，“真正的回避”也是积极接近或寻求满足的一种反射。然而，贝克尔（1974）的一项研究，却显示不是这么回事。在这个研究中，避开媒体与积极接触媒体以获得满足是两个独立的因素。^②麦克劳德、贝克尔（1974）也指出这两者会分别导致政治给人们带来的不同效果。因此任何“反射假说”都需要进行实证的考察和进一步的理论上的检验。

通过对这四种动机类型（图 1.2）进行实证方面的调查，有利于我们进行利用与满足的研究。占主导地位的动机的不同会导致媒体消费的不同类型吗？这里所提到的四种动机会有利于研究者对使用传媒类型的预测能力吗？如果是这样的话，哪种动机可以更好地预测使用媒体的类型？以后的研究可以解答这些问题以及从“期望值”这一角度所提出的问题。

六、受众的行为

研究利用与满足的人一直反对一种“皮下注射针”的说法，也就是指大众传媒的受众是很被动的，毫无批判性和无条件地接受全能的媒体所带来的一切。相反，研究利用和满足的学者们则认为，人们是积极地接触和使用传媒的，根据他们想要的和传媒

是否能满足他们的要求来接触和使用传媒。尽管有些人强烈反对这种说法（比如，参看 Elliot, 1974），它仍旧是这一研究方法中很基本的理论根基。罗森格林认为利用与满足研究从一种自发的角度采用了一种终结性的、目的性的方法，这与媒体的效果研究不同，它是一种因果的、确定性的研究方法（Rosengren, 1983; Rosengren, Roe & Sonesson, 1983）。

正如布卢姆勒（1979）所观察到的，不幸的是利用与满足的研究者们把受众行为的概念更看作“确凿的事实”，而不是一个值得调查的实证问题。他认为，之所以会有这种疏忽与行为概念，（包括使用、目的性、选择性和不受影响性）“与词义的特定排列”有关。斯旺森（1977, 1979）指出另外一种有关受众行为的引申含义等同于从信息中建构意义的过程。

以这些解释为基础，列维和温达尔（1984）很认真地对一种复杂的多方位的建设性研究进行概念化和实证调查。他们认为受众的行为可从两方面进行分类。第一类是受众的取向，它具有定性的特点，由三个层次组成，1. 选择；2. 参与；3. 利用。鉴于布卢姆勒的研究，他们提出第二种分类，也就是按时间分类，将使用者的行为分为发生以前、发生期间和发生以后。两方面交叉得出9类行为，也提出了一些研究问题，其中包括：这几类行为发生的频率，这些行为间的关系，不同的行为对媒体的效果有什么影响，以及媒体在受众亚群体活动层次的分配。不幸的是，列维、温达尔仅仅为其中三种行为提供了数据（这三种行为位于表格的对角线上）。因此混淆了受众取向和时间分类两种分类方法。他们将这三种行为称做“利用媒体前的行为”（在这个研究中，它指的是有意识的计划如何收看电视新闻）、“利用媒体过程中的行为”（这里指的是一种消极的意义，在收看时精神涣散）、利用媒体后的行为”（思考所看到的新闻，与别人讨论）。

被采访者在这三种行为上有所不同。一般来说，第一种行为和第三种行为比较多，而第二种行为较少。尽管，第一种行为与

第三种行为联系紧密 ($r = .525$), 但与第二种行为的关系却不大。有关第二种行为的研究发现可能与实际操作中的概念有关, 它不是指“积极的”参与解码和解释的过程, 而是指不参与精神涣散的行为(如列维和温达尔他们所注意到的那样)。对第二种行为测量的可信性也相当低(各项间的平均相关是 $.366$)。由于将两种分类方法混淆起来, 研究者无法探索第一种分类的行为(比如选择)是否与一段时间有关或是在同一点时间上搜集的关于受众取向的测量之间是否有关联。这都是以后的研究所要解答的重要问题。

从理论的角度看, 列维和温达尔最重要的发现是, 对寻求和获得满足的测量与这三种行为间一直存在正面的关系。也就是说, 人们越是有积极地利用电视新闻的动机, 越会获得不同的满足, 他们就越会积极地进行电视新闻的消费。这个与理论上的有关“期望”的推断相一致。在使用 9 种行为分类的研究中需要运用这一研究发现。

媒体及内容选择的研究

直接测量使用者行为的研究很少 (Lery, 1978, 1983), 但是我们可以从几个涉及行为问题的研究中得到有关行为问题的间接证明。比如, 如果行为受到利用传媒和期待不同传媒渠道的动机所指引的话, 人们会根据自己想要的和获得的满足对这些媒体加以区分。有许多论据支持这种假说。在有关以色列人使用媒体的经典研究中, 卡茨、古列维奇和哈斯 (1973) 通过多方位的等级分类证明了受众依据感受到的获得的满足对 5 种媒体加以区别。洛梅蒂等人 (1977) 也使用同样的研究方法得出, 被采访者在 3 个方面对 6 种媒体和两个人际交流渠道加以区别。研究者也提供了有关使用者们在寻求和获得满足的基础上区分不同媒体能力的类似的实证数据。这些研究者分别是皮莱德和卡茨 (1974)、麦克劳德和贝克尔 (1981)、贝克尔和弗鲁特 (1982)、博克

(1980)、门德尔松和奥基夫(1976)。

洛梅蒂等(1977)注意到,这种研究将媒体的特点和媒体内容的特点混在一起。虽然这是一个有趣的富有挑战性研究课题,调查显示人们的满足对媒体的选择确实有影响,这为列维和温达尔(1984)提出的行为“选择”和“利用”这两个方面提供了证据。不过其他一些研究在某一媒体内部对人们的满足和内容选择的关系上进行了调查时,“控制”了媒体的类型。鲁宾夫妇(1982)发现,通过常规分析,人们收看白天播的电视连续剧和游戏节目主要是为了驱除寂寞感,得到放松,寻求刺激,消磨时间或是一种习惯。比较而言,看电视新闻、文献片和脱口秀的人主要是为了获得信息。诺兰(1978)、鲁宾(1981, 1983)和帕尔姆格伦(1981)也在一种媒体中的满足与内容选择方面做了研究。

不过也有的研究没有发现人们的行为与满足相关,但是这些研究通常在研究方法上存在某些困难。班茨(1982)提出人们在收看普通的电视节目和他们所喜欢的节目之间没有差别,这个推论对媒体和节目的利用采取相似的因素解答。班茨认为,被采访者并不像研究者所期望的那样很容易对节目做出区分。但是在这个研究中的每一位被采访者都指出了自己喜欢的节目类型。由于每位被采访者都给节目分了类,那么节目类型中的因素解答就是将个人划分的不同节目类型综合起来。一个媒体的解答也就是把个人对电视的满意程度(就是他对每个节目的评价)综合起来。在每一种情形下,因素的解答都是看哪个是电视里最流行或收视率最高的节目。这样看来采用同样的因素的解答就不令人惊奇了。

另外,只考虑维度的相似性是不足够说明利用时是缺少差别的。我们也应考虑到人们从不同媒体或节目中想获得的和实际所得的平均值不同。最后,我们也要考虑到人们选择不同的媒体或节目内容的满意“范围”也可能不同。比如,在收看电视上有关

政治的节目内容的满意范围方面 (Blumler & McQuail, 1969; McLeod & Becker, 1974), 尽管在许多方面较相像, 但是有的人是为了获得投票方面的指导, 有的人则为了得到有关政治决策方面的信息。班茨的研究就未考虑到平均的满足水平或在范围方面可能的差别。^④

利希滕斯坦和罗森菲尔德 (1893) 曾下过这样的结论: 对媒体的一般使用和对媒体产生迷恋与个人由不同媒体提供的对满足的感知无关。研究者们将人们对 7 种大众媒体如同对“朋友”那样的期望分成 10 类。一致性的 W 的分析表明, 人们 (包括对媒体的经常、中等、不经常的使用者以及对媒体迷恋程度不同的高、中、低等三种人) 对 8 个频道的 7 种满意项目 (包括经常、一般、不经常看电视, 以及高度、一般、低度迷恋电视) 的评价是相当一致的。然而, 这里的统计方法仅仅是让人们对其进行排序, 尽管研究者指出他们已预料到会有差异, 但他们仍没对每个媒体进行跨组的比较。对媒体高度迷恋的人和低度迷恋的人对不同媒体满足人们需求的认识有可能相同的“尺度”, 但是同时他们认识到不同的媒体在这些尺度会十分不同。而且, 人们对不同媒体可满足人们的需求的排序也不同, 这显示了媒体之间的差别。这样一来, 研究者所得出的那个结论 (利用媒体和迷恋与满足期望无关) 就没有充分的基础了。

最后, 在一个经常引用的研究中, 基帕克斯和默里 (1980) 对人们认识到的 30 种需求的重要性以及 6 种媒体对这些需要的满足进行了测量 (也就是人们认识到的 GO)。虽然领悟到获得了满足一般与接触 6 种媒体 (报纸除外) 呈正向相关, 但对需求重要性的个人测量却一般与这 6 种媒体不呈正向相关。从“期望值”的研究角度来看, 后一发现就不令人惊奇了。“人们认识到媒体是有帮助的”与本文前面提到的概念上的“信念” (b_1) 相似。另一方面, “需要的重要性”则与人们的“估价” (e_1) 有关 (参看 Galloway & Meek, 1981; Blood & Galloway, 1983)。“期

望值”的这个方法建议应计算出 30 个需要的 (b, e_i) ，并将 30 个结果加起来以预测人们对媒体的接触。我们可能会问，为什么一个人需要 A 会更多的使用媒体 X 而不考虑以下几点：1. 认识到 X 会帮助实现需要 A；2. 其他的需要；3. 认识到 X 可以帮助实现其他需要。把这些因素全考虑进来就会预测出人们对媒体的接触，而不是通过考虑各个需要的重要性来预测人们对媒体的接触。我们还要强调应该启发式地采用期望值这个方法。如果对基帕克斯、默里的丰富数据进行重新分析会得出另一套结论。

行为和意义

正如前面所说的，对信息的处理，或是给信息赋予意义也是人们行为的很重要的一面。正如上面所提到的，加兰蒙（1983）调查了“动机”对人们处理电视上播出的政治广告的信息有什么影响。以收看“问题”为主的人知道了更多有关问题的信息，而且比收看“图像”为主的人更自信。后者对广告的画面更注重，很容易回忆起图像信息，也更容易根据人物的性格推出有关的信息。麦克劳德和贝克尔（1981）在媒体材料的处理上，动机的影响方面也提供出了一些相似的证据。这些证据虽然是初步的，却表明人们确实是积极的处理媒体的信息内容，而且受到动机的影响。在上面讨论过的调查研究中，媒体的使用和它带来的效果之间存在联系，而这种对信息的处理即是这种联系的基础。我们需要进行更多的实验研究来考察动机在处理媒体信息中的作用。这样的研究可以得出丰富的有关信息处理的传播和心理方面的资料。

其他实证性研究

人们对传媒的选择以及相应的行为是受到供他们选择媒体的种数限制的。传播技术的发展给人们带来了更多的选择，人们的选择层次也就更高。黑特、达莱西奥、格林伯格和麦克维尔

(1983) 对 172 位佛罗里达有线系统订户频道选择的数据进行了重新考察。电脑在一周内每一分钟对人们改换频道的行为做记录。人们换频道是很频繁的, 大约每天每户平均要换 34 次。对这些记录进行分析显示换频道的高峰在一小时和半小时左右, 但是大多数都是在一小时进行改换。尽管这样的数据并不能说明换频道与人们的动机和期望有关, 但是它们确实说明有线电视的收看者在选择频道上是很积极的。列维和芬克 (1984) 对录像的使用进行的研究也显示了相似的结果, 他们认为人们使用录像的目的是为了时间上的方便和积累节目, 他们经常改变录像播出的时间安排。研究者观察到, “VCR 的使用者将节目录下来重新播放被解释为为了重新得到节目或增加节目带给他们的满足” (Levy & Fink, 1984, p. 59)。

最后, 巴尔外兹、埃伦伯格和古德哈特 (1982) 将三年内纽约、洛杉矶和旧金山的 18000 份收看记录收集起来并对其进行了考察。以前的研究表明电视观众不太挑剔 (Goodhardt & Ehrenberg, 1969; Goodhardt, Ehrenberg & Collins, 1975), 此次研究则与前面的研究相反, 它发现观众会固定收看电视里某些节目 (频道忠诚)。尽管人们的选择确实是有限的, 观众重复看的比例占 50%。大约 60% 收看一个节目的一期后会下一次再收看这个节目。有 90% 的人会重复收看电视节目。重复收看比对频道的忠诚程度还要高。尽管人们仍争论决定收看的第一阶段——是否收看——是消极的, 巴尔外兹等人 (1982, p. 27) 总结到第二阶段——该看什么——“看起来并不消极。观众并不是随机选电视节目的。”

七、一个综合的满足模式

在前面的论述中, 我们主要对过去 10 年的研究利用和满足的学者在理论一些方面的进展做了概述, 并进行了评论。尽管这

些进展是不平衡的而且缺少协调，但我们现在可以注意到，一个比较复杂的理论框架开始形成。尽管它不太简洁而且需要进一步的在许多领域内得到完善，它却表明我们对大众传媒的消费和相关过程的理解有了长足的进步。如果我们就把所了解到的过程画成学术的模式，那么它就是图 1.3。这个模式并不完全是我们设计的，而是借用了罗森格林 (1974)、麦克劳德和贝克尔 (1981) 的，这个模式主要是以关于利用和满足的研究和社会科学方面的研究为根据，将我们对媒体消费所了解到的汇集到一起。

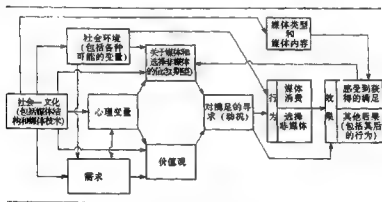


图 1.3 大众传媒消费的综合性满足模式

因为文章的篇幅有限，我们不能详细地讨论画出的每种关系。不过，这个模式的显著特点是它有比较复杂的因果关系的结构，即使它比实际存在的关系还要简单得多。十年前布卢姆勒和卡茨 (1974, p. 16) 希望利用与满足的研究能够“从它以前的功能主义框架中脱离出来”。今天看来他的愿望实现了，尽管有些功能主义的遗迹仍然存在。虽然功能主义有许多种，但大多数都想通过模式或行为的效果或结果（功能）（Cancian, 1968; Stinchcombe, 1968）来解释行为的社会模式（结构）。从这个模

式看，它并不是对人们利用与满足的解释，它不仅仅考虑到人们从媒体中获得满足对以后行为的反馈作用，而且考虑到使用者的需要、价值观和信念的社会和心理根源，这些形成了人们行为的动机；它在信念、价值观和社会环境的指引下，通过消费媒体或其他非媒体行为来寻求各种满足。

这个模式反映了我们所研究的现象是很复杂的，它既是多变量的又是非循环式的。在这样多变量的结构内，没有哪个因素占主导位置。它与传统的功能解释不同（Cancian, 1968），它未强调人们所获得的满足，也没有强调人们的需要。如果说那个概念在理论的结构中比较重要，那应该是人们想从媒体中寻求的满足，这样就强调了利用与满足理论中动机的特色。然而，这个模式清晰地告诉我们不能孤立地看待“人们寻求满足”，它在媒体、人们的认识、社会和心理的变量中充当既是因又是果的作用。

从理论结构看，有批评家在十多年前指出有关利用和满足的研究只能论证一些现在看来很过时的东西。凯里、克赖林（1974）和艾略特（1974）认为：1. 利用和满足的方法是以功能主义为基础的；2. 功能主义的原理只能用于比较静态的平均的体系而不能适应变化的体系；3. 决策人可能会认为现在的媒体结构对于使用者来说是“功能性”的，所以在这些结构中不需要什么变化。不管这些论点哪个最有说服力（Blumler, 1979；Mendelsohn, 1974；Pryluck, 1975；Rosengren, 1974），这篇文章表明当前的利用与满足理论不属于传统的功能主义，除非有人想改变这个词的含义。这个综合模式里有几处会导致人们的消费行为、媒体结构和节目内容的变化。最有实际意义的是在寻求满足和实际获得的满足之间存在差异（研究者在调查中经常发现这一点），它会导致人们在媒体消费的行为中产生变化以减少两者间的差异。这种变化反过来会刺激传媒体系中媒体结构和内容的变化。近来的调查证据表明，批评家们认为人们会从媒体中完全得到他们想要的满足是不现实的。

人们所处的社会和文化环境的差异也会给处在这种环境中的媒体利用带来变化。政治、经济潮流和变化会给人们的需要、价值观、信念、社会环境和大众媒体的结构和内容，带来巨大的有时是翻天覆地的变化。传媒技术的迅速变革使得生活在现代社会的人们面临不断的多方位的选择。我们应该认为媒体消费行为的变化和传媒结构的变化是正常的而不是什么特例。只有在稳定的不变的环境里，而且是缺少选择，传媒体系缺乏相应变化的情况下，人们想要的满足才与所得满足相一致。这种稳定状态，就像物理学的“完美的真空状态”，仅仅在实验室和某些批评家的脑袋里才存在。

八、未来的挑战

从综合的理论角度来看，利用与满足研究者们试图理解媒体消费过程的努力并不白费。然而希望这种进步并不会使研究者们心满意足，因为我还面临着很多依然存在的正在发展出来的挑战。这个综合的满足模式可以启发我们迎接这些挑战。很明显，我们对不同概念的理解是很不平衡的。尽管这些领域都需要我们进一步的研究，有些领域却已得到了很多关注，而有些则被长期的忽视了。有关“心理变量”这个宽广的概念领域很大程度上是在名声的基础上，在与此相关的麦圭尔（McGuire, 1974）的说服性的讨论的基础上的。很明显，在这方面需要做大量的研究。近来我们已经开始研究满足的社会根源，这无疑反驳了有些人的观点，认为我们对满足的研究忽视了社会环境，但是我们也仅仅才开始了解社会结构变量是如何影响构成人们在利用媒体行为的价值观、需要、信念和社会环境的。

我们仍旧要继续进行有关理论方面的研究。在太多的利用与满足的研究中，人们仍只注重对差异的解释和事后将其理论化。普遍意义上的“期望”应由具有特定研究方向的假说来取代，而

这些假说还应该有很清楚的理论基础。这并不是说所有的调查都应该依据假想—推论这个模式。在新的实质的领域内尤其需要具有描述性的探索研究。在媒体利用民族学方法的研究框架中进行仔细的概念化也有助于理论上的进展。但是不管用什么方法,如果研究者的最终目标是对媒体消费的过程有更深入的理解,就应该考虑到理论的适用性和研究发现有什么实用价值。

新的传播技术

利用和满足的研究者们所面临的一个主要挑战是将现在的概念框架进行修改以适应新的传播技术。很少有利用与满足的研究者触及这个问题,但是这个问题是很重要的,要是我们想更好地了解人们是如何使用有线电视、电视会议、录像带,录像文本和其它新的传播系统的话。在研究这些问题时,学者们不要受到有关所获满足分类的约束,这样的分类在新的变化出现后,其研究如果不是过时的,就很可能是不完整的。在一项有关有线电视的满足研究中,小组采访中,人们常提到的两个有线电视给他们带来的好处是节目的数量增加,可作的选择大增;另外,电视24小时播出,各种节目包括电影、新闻、天气预报、体育和其他节目的时间安排灵活,人们收看时间也不受到限制(Shaver, 1983)。这两个好处是新的研究发现的。罗(1981)在对大众传媒的发展进行历史性的研究时总结到,对传媒消费选择的控制和内容选择的增强是人们采用任何新的传播媒体的主要原因。因此这两者成为人们对有线电视主要的满足就并不奇怪了。罗的研究表明,对人们使用传媒和从中获得的满足进行研究可帮助我们了解人们对新的传播技术的使用,同时他又提醒研究者们要敏感地注意新传媒特征带给人们的新的或未曾预料到的满足。

信念的获得和改变

“期望值”的研究方法强调理解人们对大众传媒信念的形成

和改变这个过程是很重要的。这告诉我们需要对这种过程作纵向研究，尤其是一些传媒实体，比如新的电视系列剧、杂志或是主要的技术革新如有线电视。我们可以研究在传媒使用中与生活圈和年龄有关的发展性变化，这些变化都由人们信念体系的改变所产生的。在这两种情况下，纵向的研究还可帮助我们了解，直接的接触媒体，间接的推导过程和来自于人际交流的信息是如何相互作用而形成人们在使用媒体时的那些信念，而这些信念正是媒体消费的认知基础。同时，信念的获得和改变又与人们寻求满足、媒体消费、感受获得的满足和媒体的效果有关。在这方面，我们有机会把信念和造成特定社会和文化特色的价值观体系更紧密地联系起来。

一个多样的比较模式

图 1.3 所画的模式主要是依据大量利用与满足及相关领域的研究发现加以汇总而成。尽管在研究中使用了第一代的多样的程序包括因素分析、多维比例、多层回归和典型相关，大多数的调查只针对模式中的一小部分。多数情况下，虽然经常在统计上进行控制，人们只是研究了孤立的两者间的关系。当然，这样的研究可以对有限的题目进行集中的研究，但是它们不能从一个整体的理论体系下对模式的多种因素进行考察。这个过程就像是用一个放大镜来看一头大象。也许人们对各部位的了解较多，但很难对整体的性质有所了解。

此外，我们需要的是以下研究：检测大型的多变量的模式，把综合模式中各变量组的标识结合在一起；具体说明这些变量间优先的复杂关系。只有这样才是对整体模式的真正考察。就如罗森格林（1983）曾详细的讨论过的，第二代的多样程序有了新的发展，比如线型的结构方程模式，使我们在研究利用和满足中对整体的模式进行考察成为可能。LISREL（线性结构关系）和 PLS（部分最小平方）程序能够通过处理跨区的或分组数据同时

讨论大量的已有的和潜在的变量，并对有可能的模式进行正规的考察。具有测量模式特点的 LISREL 也有改进对满足和其他相关变量的测量的潜力（把 LISREL 运用于利用和满足的研究参看 Hedínsson, 1981; Johnsson-Smaragdi, 1983; Roe, 1983b; Rosengren, 1983; Rosengren et al., 1983）。

这样的技术也可帮我们发展有关满足、媒体消费和媒体效果的一个比较模式。人们对一个媒体的选择或与他人交往并不是凭空的，而是对这些选择在复杂的认识和情感上进行比较。尽管本章提到的一系列研究从不同的渠道比较了人们的动机和满意程度，没有一个试图用正规的多变量模式将不同媒体评价与媒体消费、消费的根源和效果联系起来。这种模式带来了大量的衡量工作和分析上的困难。但是结构线型方程技术可帮助我们克服这些困难。发展出这样一个模式还需要一些年，但是它确实具有帮助我们制约媒体行为的因素加以更深入了解的潜力。

（刘铁花译，关世杰校，译自：Communication Yearbook 8 (pp. 20 - 55), Beverly Hills, Calif.: Sage.)

注释：

① Lundberg and Hultén (1968) provide an early example of a conceptualization similar to expectancy-value theory. Respondents rated the perceived importance to them of certain goals, and the perceived instrumentality of the media in helping them to achieve these goals. A multiplicative index of the two measures successfully predicted reported media use.

② It is possible that Becker's finding is an artifact of response set sometimes observed in attitude measurement, in which negatively worded and positively worded items appear on separate factors.

③ In addition, of the 37 "use" items employed by Bantz (1982), approximately half appear to tap gratifications sought and the remainder measure

gratifications obtained, yet they are factor analyzed together. Since other studies have found different dimensional solutions for GS and GO (McLeod et al., 1982; Palmgreen et al., 1980), the appropriateness of this procedure is questionable

参考书目：

- Atkin, C. K., Bowne, L., Nayman, O. B., & Sheinkopf, K. G. (1973). Quality versus quantity in televised political ads. *Public Opinion Quarterly*, 37, 209-224.
- Atkin, C. K., & Heald, G. (1976). Effects of political advertising. *Public Opinion Quarterly*, 40, 216-228.
- Atkinson, J. W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*, 64, 359-372.
- Ball-Rokesch, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3, 3-21.
- Bantz, C. R. (1982). Exploring uses and gratifications: A comparison of reported uses of television and reported uses of favorite program type. *Communication Research*, 9, 352-379.
- Barwise, T. P., Ehrenberg, A. S. C., & Goodhardt, G. J. (1982). Glued to the box? Patterns of TV repeat-viewing. *Journal of Communication*, 32 (4), 22-29.
- Becker, L. B. (1976). Two tests of media gratifications: Watergate and the 1974 election. *Journalism Quarterly*, 53, 28-33.
- Becker, L. B. (1979). Measurement of gratifications. *Communication Research*, 6, 54-73.
- Becker, L. B., & Fruit, J. W. (1982). *Understanding media selection from a uses and motives perspective*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, Boston.
- Blood, R. W., & Galloway, J. J. (1983). *Expectancy-value measures of audience uses and gratifications for media content*. Paper presented at the

- meeting of the International Communication Association, Dallas.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6, 9-36.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). Foreword. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Blumler, J. G., & McQuail, D. (1969). *Television in politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bogart, L. (1965). The mass media and the blue-collar worker. In A. Bennett & W. Gombert (Eds.), *The blue-collar world*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Brown, J. R., Cramond, J. K., & Wilde, R. J. (1974). Displacement effects of television and the child's functional orientation to media. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Cancian, F. M. (1968). Varieties of functional analysis. In D. L. Silla (Ed.), *International encyclopedia of the social sciences*. New York: Macmillan.
- Carey, J. W., & Kreiling, A. L. (1974). Popular culture and uses and gratifications: Notes toward an accommodation. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Davis, D. K., & Woodall, W. G. (1982). Uses of television news: *Gratification or edification*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, Boston.
- de Bock, H. (1980). Gratification during a newspaper strike and a TV black-out. *Journalism Quarterly*, 57, 61-66, 78.
- Elliot, P. (1974). Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationships between beliefs

- about an object and the attitude toward that object. *Human Relations*, 16, 233 - 240.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Galloway, J. J., & Meek, F. L. (1981). Audience uses and gratifications: An expectancy model. *Communication Research*, 8, 435 - 450.
- Garramone, G. M. (1983). Issue versus image orientation and effects of political advertising. *Communication Research*, 10, 59 - 76.
- Goodhardt, G. J., & Ehrenberg, A. S. C. (1969). Duplication of television viewing between and within channels. *Journal of Marketing Research*, 6, 169 - 178.
- Goodhardt, G. J., Ehrenberg, A. S. C., & Collins, M. A. (1975). *The television audience: Patterns of viewing*. Lexington, MA: D. C. Heath.
- Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hedinson, E. (1981). *TV, family and society: The social origins and effects of adolescents' TV use*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Heeter, C., D' Alessio, D., Greenberg, B. S., & McVoy, D. S. (1983). *Cableviewing*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, Dallas.
- Hur, K. K., & Robinson, J. P. (1981). A uses and gratifications analysis of viewing of "Roots" in Britain. *Journalism Quarterly*, 58, 582 - 588.
- Johnsson-Smaragdi, U. (1983). *TV use and social interaction in adolescence*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Johnstone, J. W. C. (1974). Social integration and mass media use among adolescents: A case study. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.) *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973) *Utilization of mass*

- communication by the individual*. Paper presented at the Conference on Directions in Mass Communication Research, Arden House, New York
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, 164 - 181.
- Kelley, H. H. (1973). The processes of causal attribution. *American Psychologist*, 28, 107 - 128.
- Kippax, S., & Murrey, J. P. (1980). Using the mass media: Need gratification and perceived utility. *Communication Research*, 7, 335 - 360.
- Kline, F. G., Miller, P. V., & Morrison, A. J. (1974). Adolescents and family planning information: An exploration of audience needs and media effects. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Levy, M. R. (1977). *The uses and gratifications of television news*. Unpublished doctoral dissertation, Columbia University.
- Levy, M. R. (1978). The audience experience with television news. *Journalism Monographs*, 55.
- Levy, M. R. (1983). Conceptualizing and measuring aspects of audience "activity." *Journalism Quarterly*, 60, 109 - 114.
- Levy, M. R., & Fink, E. L. (1984). Home video recorders and the transcendence of television broadcasts. *Journal of Communication*, 34 (2), 56 - 71.
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications: A conceptual clarification and exploration. *Communication Research*, 11, 51 - 78.
- Lichtenstein, A. L., & Rosenfeld, L. B. (1983). Uses and misuses of gratifications research: An explication of media functions. *Communication Research*, 10, 97 - 109.

- Lippman, W. (1922). *Public opinion*. New York: Macmillan.
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). Investigating the assumptions of uses and gratifications research. *Communication Research*, 4, 321-338.
- Lull, J. (1980). Family communication patterns and the social uses of television. *Communication Research*, 7, 319-334.
- Lundberg, D., & Hulten, O. (1968). *Individen och massmedia*. Stockholm: Norstedt.
- McGuire, W. J. (1974). Psychological motives and communication gratification. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- McLeod, J. M., & Becker, L. B. (1974). Testing the validity of gratification measures through political effects analysis. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- McLeod, J. M., & Becker, L. B. (1981). The uses and gratifications approach. In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (Eds.), *Handbook of political communication*. Beverly Hills, CA: Sage.
- McLeod, J. M., Becker, L. B., & Byrnes, J. E. (1974). Another look at the agenda-setting function of the press. *Communication Research*, 1, 131-166.
- McLeod, J. M., Brown, J. D., Becker, L. B., & Ziemke, D. A. (1977). Decline and fall at the White House: A longitudinal analysis of communication effects. *Communication Research*, 4, 3-22.
- McLeod, J. M., Bybee, C. R., & Durall, J. A. (1982). Evaluating media performance by gratifications sought and received. *Journalism Quarterly*, 59, 3-12.
- McLeod, J. M., Durall, J. A., Ziemke, D. A., & Bybee, C. R. (1979). Expanding the context of debate effects. In S. Kraus (Ed.), *The great debates 1976: Ford vs Carter*. Bloomington: Indiana University Press.

- McLeod, J. M., Luetscher, W. D., & McDonald, D. G. (1980). *Beyond mere exposure: Media orientations and their impact on political processes*. Paper presented at the meeting of the Association for Education in Journalism, Boston.
- McQuail, D. (1979). The uses and gratifications approach: Past, troubles and future. *Masscommunication*, 2, 73-89.
- Mendelsohn, H. (1974). Some policy implications of the uses and gratifications paradigm. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current Perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Mendelsohn, H., & O'Keefe, G. J. (1976). *The people choose a president*. New York: Praeger.
- Nordenstreng, K. (1970). Comments on "gratifications research" in broadcasting. *Public Opinion Quarterly*, 34, 130-132.
- Nordlund, J. E. (1978). Media interaction. *Communication Research*, 5, 150-175.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television: A discrepancy approach. *Communication Research*, 6, 155-180.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1982). Gratifications sought and media exposure: An expectancy value model. *Communication Research*, 9, 561-580.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A. & Rayburn, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research*, 7, 161-192.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D. (1981). Gratification discrepancies and news program choice. *Communication Research*, 8, 451-478.
- Peled, T., & Katz, E. (1974). Media functions in wartime: The Israel homefront in October 1973. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.

- Pryluck, D. (1975). Functions of functional analysis: Comments on Anderson-Meyer. *Journal of Broadcasting*, 19, 413-420.
- Rayburn, J. D., & Palmgreen, P. (1984). Merging uses and gratifications and expectancy-Value theory. *Communication research*, 11 (4).
- Rayburn, J. D., Palmgreen, P., & Acker, T. (1984). Media gratifications and choosing a morning news program. *Journalism Quarterly*, 61, 149-156.
- Roe, K. (1981). *Video and youth: New patterns of media use* (Media Panel Report 18). Lund, Sweden: Växjö University College and Lund University.
- Roe, K. (1983a). *The influence of video technology in adolescence* (Media Panel Report 27). Lund, Sweden: Växjö University College and Lund University.
- Roe, K. (1983b). *Mass media and adolescent schooling: Conflict or co-existence?* Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Rosengren, K. E. (1983). Communication research: One paradigm, or four? In E. M. Rogers & F. Balle (Eds.), *Mass communication research in the United States and Western Europe*. Norwood, NJ: Ablex.
- Rosengren, K. E., Roe, K., & Sonesson, I. (1983). *Finality and causality in adolescents' mass media use* (Media Panel Report 24). Lund, Sweden: Växjö University College and Lund University.
- Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1972). Mass media consumption as a functional alternative. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of mass communications*. Harmondsworth: Penguin.
- Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1977). Mass media use: Causes and effects. *Communications: International Journal of Communication Research*, 3, 336-351.
- Rotter, J. B. (1954). *Social learning and clinical psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Rubin, A. M. (1979). Television use by children and adolescents. *Human*

- Communication Research*, 5, 109 - 120.
- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8, 141 - 165.
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interaction of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*, 27, 37 - 51.
- Rubin, A. M., & Rubin, R. B. (1981). Age context, and TV use. *Journal of Broadcasting*, 25, 1 - 15.
- Rubin, A. M., & Rubin, R. B. (1982). Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*, 9, 287 - 313.
- Rubin, A. M., & Windahl, S. (1982). *Mass media uses and dependency: A social systems approach to uses and gratifications*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, Boston.
- Shaver, J. L. (1983). *The uses of cable television*. Unpublished master's thesis, University of Kentucky.
- Stinchcombe, A. L. (1968). *Constructing social theories*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Swanson, D. L. (1977). The uses and misuses of uses and gratifications. *Human Communication Research*, 3, 214 - 221.
- Swanson, D. L. (1979) Political communication research and the uses and gratifications model: A critique. *Communication Research*, 6, 37 - 53.
- Tolman, E. C. (1932). *Purposive behavior in animals and men*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Van Leuven, J. (1981). Expectancy theory in media and message selection. *Communication Research*, 8, 425 - 434.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley.
- Weaver, D. H. (1980). Audience need for orientation and media effects. *Communication Research*, 7, 361 - 376.
- Wenner, L. A. (1982). Gratifications sought and obtained in program dependency: A study of network evening news programs and "60 Minutes". *Communication Research*, 9, 539 - 560.
- Wenner, L. A. (1983). *Gratifications sought and obtained: Model specification and theoretical development*. Paper presented at the meeting of the In-

ternational Communication Association, Dallas.

- Wiggins, J. S. (1973). *Personality and prediction: Principles of personality assessment*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Windahl, S. (1981). Uses and gratifications at the crossroads. In G. C. Wilhoit & H. de Bock (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Windahl, S., Hedinsson, E., Hojerback, I., & Nord, E. (1983). *Perceived deprivation and alternate activities during a television strike*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, Dallas.

●创新的推广

对创新推广的最新评论

埃弗里特·M. 罗杰斯

(Everett M. Rogers)

龙尼·阿迪卡亚

(Ronny Adhikarya)

今天，对于创新推广的研究是行为科学研究中的庞大的独立领域之一，但是在 70 年代有关创新推广的研究却遭到了多次批评。人们认为，创新的推广往往会导致更大的社会经济地位上的差距和信息的差距，尤其是在发展中国家。针对这些批评，学者们开始对传统推广模式中的某些方面进行重新思考，比如说，将此模式扩展到对组织内创新过程的研究中去。近来的研究表明，在推广的过程中，创新不应该总被看作是推广过程中的不变的量。

我们的研究目的是：1. 评论有关创新推广（diffusion of innovation）研究的当前状况；2. 考察传统推广模式的缺点，尤其是将其放在发展中国家的发展环境中；3. 描述在推广过程中传播的重要性；4. 叙述在推广研究中一些有前途的新进展。

今天我们生活在一个日新月异的世界里。发达国家和发展中国家都面临着迅速的社会变革和文化变迁。不可否认，大多数社会体系是通过新思想的传播而改变自身的结构模式。许多变化发

生在个人的层面上，个人在此是一种创新的采纳者或放弃者。这一层面的变革有多种说法，比如推广、采纳、现代化、^①涵化、学习和社会化。变革也会发生在社会的层面上，它也有许多说法，被称为发展、^②特殊化、一体化和适应。这两个层面的变化是紧密相连的。所有对社会变革的分析都会最终将重点放在传播的过程中。事实上，在解释人类的行为时就是考察人类是如何通过与他人交流获得和改变某些想法的。学习过程、推广过程和变化过程基本上都包含新思想的传播。

推广研究的历史背景

有关创新推广的研究可以追溯到20世纪30年代，最著名的还是1943年瑞安和格罗斯（Ryan & Gross, 1943）对阿华州杂交玉米推广的调查研究，但是有关推广研究的高峰开始于20世纪50年代，随即有关推广的书籍大量出版，一直延续到现在，这么多年来几乎很少有社会科学研究会受到如此多的关注。在此领域的研究中一直流行一种学术理论（所谓的传统推广模式），但是它在某种程度上也限制了人们广泛的研究和运用其他的方法。从某种程度上讲，所有有关推广的研究都看起来很相似。

为什么有关推广的研究对学者和支持此项研究的赞助人那么具有吸引力呢？为什么今天会有这么多有关推广的书籍？为什么它对实际工作中的管理和政策的制订影响不很大呢？

1. 推广模式是一个概念性理论，它与许多学科相连，跨越多个科学领域；“推广”的研究将多种学科和研究方法连在一起，为它们提供了相同的概念基础。关于谁来研究创新，在学科上并没有限制。大多数社会科学家对社会创新感兴趣；对于推广的研究可以有助于这方面的理解。（它看起来是这样的）。经济学家主要对增长感兴趣，通过创新可以研究它，创新推广的模式也可帮助我们了解它。研究组织的学者主要关心组织机构内部和之间变

化的过程和模式以及它们与结构间的关系是如何随着时间的推移改变的。社会心理学家则试图了解行为变化的起源，推广的研究方法为各个学科都提供了可研究的途径和内容。

2. 推广研究看来有很高的实用价值。这种推广的研究方法看起来为以下两种组织提供解决方法：a. 投资研究某些问题，并将其运用到实际工作中和/或 b. 渴望运用研究所得的结果来解决一个特殊的社会问题（例如，城里的交通问题）。推广研究的这个特点吸引了政策和管理的研究者，不过它是否能在实际应用中达到这个效果还没有得到充分的证明。

3. 推广研究的重点应放在一项创新是如何推广的（在一个系统内时间和空间推广过程），正是由于这个比较特殊的研究重点，才更易于我们观察行为变化的过程。

4. 推广理论可以使得学者以较高水平的结论来概述他们的实验性研究发现。

5. 传统推广模式的研究方法轮廓很清晰，但相对来讲肤浅些。数据很容易被收集到，分析数据的方法也较容易设计出来。正如罗格斯（1962）所指出的，研究推广的学者们只研究比较容易的课题，通过对调查所得的数据进行横断分析，他们把重点统统放在与创新有关的一些特点上。尽管推广的研究方法清晰明确，有利于进行多种的这样调查研究，但这也在理论上限制了进一步的发展。

20 世纪 70 年代早期，一些对推广研究较重要的批评开始出现了（Warner, 1974; Downs & Mohr, 1976; Rogers, 1976），这些批评尤其是针对那些通过私人 and 公共的组织或是其内部对创新的推广进行调查研究的。一开始，推广的研究是研究个人采纳新的新观点，就如那些在衣阿华社区的农民。当人们开始在推广研究中分析组织时，从概念上人们把每个组织当个人来看待，组织高层领导和组织的特点（它的大小、来源和组织结构）被看做是独立的变量，用它来预见或解释在非独立变量“创新”中的差

异（个人或组织比系统内的其它个体较早采纳新思想的程度 [Zaltman & others, 1973]）。

20 世纪 70 年代的批评家主要是对有关创新的这些研究（现在有成百个这样的研究）进行评论，并且发现这些研究少得可怜。

比如，沃纳（Warner, 1974）争论到，有关推广的研究已经形成了固定的形式，需要采取一些新的方法，以适于组织创新的新环境。唐和莫尔（Downs and Mohr, 1976）对有关创新行为积累起来的实例进行考察，发现两个相同概念间的关系在不同研究中存在很大的差异，他们称此为“推广研究的不稳定性”，并推论出正是由于传统推广模式的缺点导致这种不足。唐和莫尔提倡寻找新的研究方法（在其他学者中，他们认为从将个人或/和组织作为分析的主体转变为将组织内部的创新作为分析的主体，这样才最合适）。罗格斯等人（1977）提倡放弃研究围绕创新的那种结构性很强和定量的研究方法，而是采用定性的，可以产生假设的方法来分析组织内的创新过程。

有关这些研究还有其他的批评和指教，我们会在后面对它们进行评论。在这些批评中，最引人注目的是将研究重点放在采纳创新的行为上，并将其作为非独立变量，从而没有充分考虑（甚至是忽视）创新的后期采纳、使用、维持和修改。

这样和那样的批评基本上都是呼吁推广的研究者们“返回到最开始处”。对推广和创新行为的某些主要的假设进行质疑并寻找新的研究方法。这些批评产生的直接结果是打乱了已经固定下来的研究领域。在经历 40 年缓慢积累的学术进程中，推广这一领域处于学术的不稳定状态。从前被确定下来的许多概念不再被认为是理所当然的，一个质疑的时代到来了。

现在对推广研究进行重新评价正处在学术上异常活跃的背景下，这种活跃的气氛也促进了对推广研究的质疑。一旦推广的研究者们开始重点研究组织内的创新并开始考虑 70 年代的新的批

评建议，那么他们就会发现许多新的疑点：非独立变量应该是什么？对于解释这种行为的独立变量中什么是最有价值的？分析的个体应该是什么？为回答这些新的研究问题什么研究方法最合适？

这些问题在以下的部分中以不同的形式出现。大多数问题都没有得到圆满的回答，至少是没有使现在的作者感到很满意。我们认为读者们也会有同样的感受，看起来不会很快得出很容易和迅速的答案。

传统的推广模式

在过去，传播被界定为是一个想法或创新被传递的过程。那么，传播的目的是给接收者一方带来某种预计的影响；接收者的某些想法会改变，对观念的态度会改变，还有他的表面行为会改变。这样，关注传播就意味着对行为变化感兴趣，因为大多数人传播的目的就是为了改变。尽管传播和社会变化并不是同义词，但传播却是社会变化中的一个很重要的因素。除了社会变化这个概念，基本上还包括采纳或放弃一项创新给社会和个人带来的影响。

推广是传播的一种特殊的类型。推广指创新在一段时间内传递到社会体系内成员的过程。推广的研究主要关注信息是新的想法和观念，而传播研究的是各种各样的信息，由于在推广研究中信息是新的，那么对于接受者一方就存在着某种程度的风险和不确定性，与他或她收到一些普通信息相比，往往会导致不大相同的行为。传统的创新推广模式有以下几个主要因素：

1. 创新，对于个人来说是全新的观念；2. 通过某些渠道来传播；3. 经过一段时间；4. 在社会体系的成员之间（Rogers with Shoemaker, 1971）。

有关创新推广的研究从1952年的100份出版物增加到1978年的2800份。在这2800份出版物中，2/3是有关实例的调查研

究。在 60 年代早期一些发展中国家出现大量的有关推广的研究。在这 18 年期间，在发展中国家推广的实例研究从 1960 年的 54 项增加到 1978 年的 1000 项。发展中国家的许多发展活动中，创新推广的模式起了很重要的作用。1960 年后，之所以发展中国家开始大量的进行推广研究是由于技术被认为是发展的核心，创新则可以很好地反映现代化的进程，所以对村民的技术创新进行微观的调查研究于发展中国家的发展计划者和其他政府官员有直接用处。这些调查结果和推广的总体框架为这些发展机构提供理论上的方法和一种评估手段。

在 60 年代的发展中国家，有关推广调查研究数目增加的原因之一是“KAP 调查”的增加。KAP 研究是对家庭计划生育这一改革的了解情况（K）、态度（A）和实践（P）或采纳进行样例调查。K、A 和 P 是在评估家庭计划生育普及活动中的三个非独立逻辑变量。1960 年以来在许多发展中国家尤其是在亚洲，由于人口激增，全民族的计划生育政策应运而生。1973 年，在 72 个国家进行 500 个以上的调查。尽管通过这些 KAP 调查从认识角度来科学地理解人的行为变化是不尽人意的（罗格斯，1973），但是通过 KAP 的调查研究，普遍发现发展中国家的大多数父母都希望少生孩子，而且大多数都支持政府的计划生育政策。“KAP 的调查结果，不管是对是错，都有助于劝说总理、首相、议院和整个民族沿着这个方向前进，并为计划生育政策的执行人进行开支预算和执行政策提供恰当的理由”（Hauser，1967）。

另外，通过对家庭计划生育的推广研究，我对传统的推广模式作了几处改正，比如给钱或物品来促进推广，还有，通过一些非专业性的机构来帮助克服家庭计划生育宣传中的禁忌特点。比如在印度，人们给那些采纳计划生育的人分发钱、收音机、衣服（罗格斯，1973）。由于在许多发展中国家，家庭计划生育是禁忌，其中最重要的宣传手段之一是通过在公开场合不断提起和讨

论使其合法化 (Crawford & Adhikarya, 1972)。在印度尼西亚、马来西亚、巴基斯坦、印度、泰国和墨西哥 (Rogers & Solomon, 1975) 使用传统的助产士, 在印尼的爪哇 (Adhikarya, 1975) 的郊区通过木偶戏来表演 (民间媒体)。在泰国郊区分发避孕工具 (Viravaidya, 1976) 这些推广计划生育的手段在使其合法化中效果显著, 尽管他们并不是专门的机构、并不具有充足的可信性, 但是人们认为推行者是很值得信任的。

计划生育是一种很特别的创新措施, 因为它是防范性的。我们可以把一个防范性的创新看做 X, 人民现在采取 X 是为了避免有可能在未来损失应获得的价值 Y。也就是 X 会尽量减少损失。这样的创新措施包括避孕工具、谷物保险、座椅安全带和失火报警等。在以前推行的研究中大多数创新措施是促进增长型的。增长型的创新也可看成 X, 人们现在采取 X 是为在将来获得可能的增长值 Y。^④ 这样的例子有: 新的种子品种、新的服装款式、化学肥料等。除了知道它们被采纳的进度要比增长型创新慢一些, 我们对防止型创新知之甚少。人们采取防范型创新的动机是指通过某个事件使人们的态度转换为公开的行动, 比如采纳计划生育措施因为妇女不慎怀孕 (这并不是她想要的) 或是恐怖怀孕。

推广的发展

在 19 世纪 60 和 70 年代, 传统的推广模式被应用于发展, 尤其是在发展中国家, 传统推广模式遭到批判, 原因是它导致了社会经济的不平等。一些批评家指出, 当人们将推广模式应用到发展中国家的发展政策里, 人们往往忽视或未强调创新推广所在的社会体系的特点 (Beltran, 1976; Diaz-Bordnave, 1976)。他们认为 1. 社会经济结构对个人关于创新的行为影响颇大; 2. 社会经济结构通常有利于社会经济地位较高的个人采取创新措施。

尽管对于何为发展的确切定义或模式还没有完全统一的认识，大多数观察家认为在今天许多发展中国家面临的主要问题是收入、信息、土地、技术等资源的分配上是不平等的。这导致了在社会经济利益的分配上存在不平等。70年代由于人们越来越对发展中平等这方面的重视，使得人们呼吁要对发展中传播的作用进行重新审视。在推广这一背景下，传播的主要作用是：1. 将发展机构的技术创新传递到他们用户那里；2. 通过在用户中创造一种“现代化气候”来激起人们对创新的欲望（罗格斯，1976）。人们之所以对发展中传播的作用进行重新考察，尤其是在科技创新的推广中，从理论上讲，由于资源的不平等分配，在创新推广过程中，使得发展的程度也是不平等的（Röling, et al., 1976）换句话说，与那些资源较少的个人相比，资源较多的个人会从发展机构引进的创新中获利较多，这样一来就加大了社会经济方面的利益差距。

另外，推广模式的一些基本假定也受到了批判：1. 不论社会经济和政治的条件如何，传播本身就会产生发展。2. 发展主要指对产品和服务的生产和消费在不断增长，那么在一定时间一定会带来收入和机会的平等分配。3. 要想增加生产力，关键是技术创新，不用管它会对谁有利，对谁有害（Beltran, 1976）。这些批评道出了这样的事实，也就是，发展中的阻碍主要是结构上而不是信息上的问题。（Esman, 1974；Beltran, 1976；Diaz Bordenave, 1976）。这就需要对社会的结构进行重新改造，才会使得创新的推广在发展过程中起到更大的作用。当发展的定义和实践中的发展项目越来越强调“分配对非中心化活动的广泛参与和自我发展”中的平等性时，推广调查的概念和方法也要相应产生变化。

社会经济的差距

人们发现社会结构对个人与媒体的接触起到关键作用；如果

要使传播起到更大的作用，必须打破僵硬的社会结构（Grunig, 1968; Diaz-Bordenave, 1976）。例如，拥有土地（尤其是土地比其他人多）的农民如果权利较多，社会经济地位较高，那么对大众媒介的接触机会就较多，这样一来就更容易采用新的农业创新技术（Beltran, 1976; Diaz-Bordenave, 1976）。所以，如果农民没采纳创新技术，可能是因为没机会，而不是拒绝创新。拥有较多土地、财产和知识的农民，在创新中会更容易受到信任，并获得信息和其他资源。另外，因为他们较早地进行创新，他们也会较早地获得收益，包括意想不到的利润（因为他们开始生产的时间恰逢产品相对稀少，价钱较高，津贴和投入仍是用来刺激生产的）。发展中国家与我们的情况大不相同，因为大多数农民较穷，只有少数农民较先进。

发展机构对那些少数的、易于创新的、教育程度较高的、求知欲望高的农民提供大量帮助，这种帮助进步农民或较易劝说农民的策略会带来发展中更大的不平等。为什么实行这种策略，是因为那些进步农民渴望得到信息并高度重视效益。他们也有经济能力实施新技术，如果他们需要新技术的话，也更容易得到信任。他们的农场面积较大，所以农业生产总值的效果也较大。发展农业的工作者之所以采取这种策略是因为他们无法使所有农民使用新技术。

批评家还认为，既然那些研究发展的工作者无争议地认为创新对农民是好的，这样一来推广制度就主要是为了劝说农民去采用它（罗格斯，1976; Diaz-Bordenave, 1976）。创新对整个社区的社会和经济的影响就不总被人们考虑到。因此，人们就会怀疑一项技术创新的正确性，比如它是否牺牲了他人的利益使一些人获利。这种创新偏见会使我们忽视或低估在创新采纳中要做相应的调整（在以后的探讨中我们将其称为“重新调整”）。

传播和发展

如果发展的计划者只考虑技术方面，比如研究新种子、卫生间、新教学楼、或避孕药，仅仅认为传播就是将创新技术从工作者手中传到农民或村民手中的最后一步，那么这个发展项目就已经陷入困境了。发展并不是计划者通过传播将创新传到农村人那儿。传播是发展必要的条件，但不是充分的。仅靠它自己，传播是不能带来发展的。然而，如果通过传播的渠道，发展的参与者能够表达他们的需要，并能得到他们需要的信息，那么发展机构对大多数人的确切需要就会作出更快的反应，很可能会缩短社会和经济的获利差距。迪亚斯·博德纳韦（1976）提出，农业传播的重点是将信息传递到农民那里，而不是发现他们需要什么。哈夫洛克（Havelock, 1971）提出了一种“问题解决”的方法，它从使用者的需要和他们如何分析问题开始。

然而，在过去，发展的主要传播模式是直线的，单一平面的，单向道的。在传播的过程中产生了不平等，尤其是在发展的项目中，信源是开始者，接收者是所要达到的目标。这种不平等是绝对对发出者和信源有利的。双向道的传播使得传播的参与者积极分享信息，这就是所说的传播集中模式。不幸的是，一大部分媒体的内容对发展的作用是表面的、无关的，甚至是有害的。“媒体的另一个害处是，一些农民受媒体的鼓动，违背他们个人或团体的意愿，采纳不必要的（或不成熟的）创新技术”（Diaz-Bordenave, 1976）。

重视创新技术采纳者的需求是很重要的。如果在传播的参与过程中，鼓励人们信息反馈，那么推广过程就可能缩小社会经济的获利差距。“农业调查站在推荐创新技术时，对推荐的农民对象的认识很模糊，这里所应了解的就是农民对创新的需要和他们的情况有提前的反馈”（Röling et al., 1976）。

改变社会机构中传播的作用

有人认为，由于社会结构布局的影响，传播不能对大规模的社会改变起到独立的作用，这种悲观的看法可能只限于媒体的活动。在那些媒体只受少数利益集团或少数精英控制的国家，媒体确实在引导国家发展中没什么作用。然而，在发展和政治领域，人们通常利用传播的其他形式，比如人际传播和组织传播来改变社会结构。例如，虽然媒体的直接作用有限，1965年印度尼西亚和70年代早期的学生示威者就成功地推翻了政府。在朝鲜、台湾、印度尼西亚和菲律宾的计划生育和其他农村发展项目是以组织传播为基础，在地方社区一度成功地带来了社会结构的改变。

在传播新思想方面大众传媒通常是很重要的，而在改变人们对创新技术的态度上，人际传播则起到重要的说服作用（Rogers with Shoemaker, 1971）。推广研究经常集中考察表面变化（也就是说，对创新技术的采纳或放弃），而不是认知和态度上的改变。推广活动中的认知和劝说效果被认为是个人作出决定过程中的相关的两个步骤。推广的研究者也发现，新思想的传播是通过一系列有次序的传递，而不是单一的两个步骤，从信源传到接收者。在对创新推广中的两步流动模式首次进行考察中得出了这种多步骤的流动模式（Menzel & Katz, 1955）。

正如有些人认为的那样，如果要达到更加民主的发展，先决条件是社会结构的总体改变，那么理解结构改变成功的关键，可能是要研究带来结构变化的新意识形态或社会机构的推广。

要达到社会结构的改变是很难的。这种结构变化需要政治和意识形态上的保证、支持和人民大众的参与。大多数技术人员，比如发展工作者，认为他们没有责任去改变社会结构，因为他们是实践者，只负责在给定环境中解决问题。他们认为那是政治家的责任：去为社会提供一个有利于发展的环境。

尽管缺少宏观上的社会结构变化，通过创新技术的推广，仍

旧有一些办法可以缩小发展中的社会获利差距。在前面的论述中，我们强调了考察大多数人所需的重要性。这里，我们需要一种传播机制，它为参与者提供一种开放式的、参与式的对话方式，而不是那种单向道的、垂直的、有时甚至会将无关的信息从发展机构传到创新技术的采纳者那里。

为取得更平等的发展项目的传播策略

尽管“传播效果差距”（Tichenor, 1970; Shingi & Mody, 1976; Katzman, 1974）时有发生，但是如果在推广活动中采取适当的传播策略就会缩小这个差距。

使用修改后的信息 当一个发展机构意识到应该优先将信息传给社会经济地位较低的人时，它就会制定一种政策增加他们获得信息的机会。然而，传递给他们的内容通常与传给具有较高社会经济地位的人的信息一致，这也就是在社会经济地位低的人中许多传播活动失败的原因之一。因为这两群人有不同的特点（比如，教育、信仰体系、交流习惯、决策类型等），如果传播材料不是专门为他们设计的，就不能得到显著的收效。尽管传播的主要内容可能是一致的，要有效传给社会经济地位较低的人，就要根据他们的特点来设计信息、处理信息和展示信息。通常信息是给城市人看的，超过了农村人的理解程度。在修改传播材料的过程中，最重要的是在他们大批量生产前对材料进行提前考察。

“天棚效果”的使用 缩小知识差距的办法之一是，将传给社会经济地位较高者的多余信息或不太感兴趣的信息传给地位低的人，这对他们是有利的。照这样做，社会经济地位低的人就会赶上来。在印度通过给村民播放电视节目运用这个方法，就成功地缩短了社会经济获利差距（Shingi & Mody, 1976）。

减少传播对象的方法 许多发展项目的特点之一是太依赖传播渠道，尤其是广播。尽管广播可以以低廉的价钱，迅速地将信息传给不同地区的许多听众，它的一个主要缺点是不能将信息地

区化，不能将信息处理，专门提供给某些听众，比如社会经济地位低的群体。通常来讲，收音机的信息具有普及性，主要是为了传递给广泛多样的听众。这样，由于受到媒体本身的制约，信息不具专门性，因为它是为了“广播”信息。

减少传播对象的办法 已在尼泊尔、中国台湾、马来西亚、阿富汗和纽约州北部地区得到使用，主要是将处理过的信息录在磁带中，发给专门的听众（比如，乡村的穷人、城市居民、服务人员等），他们自己控制收听时间，这样就不用太依靠广播的收听时间，其效果是很令人鼓舞的。

传统传播渠道的使用 在发展中国家，那些社会经济地位较低的人比更现代、更进步、地位高的人要来得传统。有效的传统传播渠道指的是民间媒体，比如，木偶戏、讲故事、民间剧、传统助产婆（Rogers & Solomon, 1975），传统集市如市场、清真寺、佛院、茶馆等（Adhikarya, 1975）。这些令人信任的、文化上认同的传播渠道，对于那些地位较低的成员尤其合适。在印度、印度尼西亚、菲律宾、巴基斯坦和墨西哥的研究表明，这些传统的渠道可使创新技术传播到穷人那里。

如果传播策略可有效地缩短社会经济获利差距，那么直接地将创新推广到地位低的人群中时，社会经济结构就不再是一个主要的障碍。即使在宏观上社会结构未发生变化，通过改进传播策略，也可能带来更加平等的发展。

推广研究的近来发展：组织中的创新过程^④

我们在上一章提到，近年来，在推广研究中有一个很重要的进展，就是探索了组织中的创新过程。推广研究是从研究个人作为创新采纳者开始的，如衣阿华州的农民。但是，这些新的推广研究试图理解组织是如何决定采纳并进行创新的。

创新过程是从个人开始的，或是一群个人，他们意识到组织

面临现实与愿望间的差距，试图寻找新的解决办法，其中之一可能就是创新。新思想通常来源于组织以外，一定要适于组织问题的解决。通常来讲，要对创新做一些调整以适于组织的条件。

所以，创新过程包括认识问题，寻找解决办法，将创新办法与组织问题相对应，进行创新，最终彻底机构化，直到它融入组织内部。

重新调整

由于创新为不同的人采纳，创新中的组成部分要做相应调整和改变，以使得创新适于组织的特点。

“重新调整”是指在采纳和进行创新过程中，它在某种程度上被改变了。这个概念在研究组织传播中比较新，它对以往研究的行为和意义提出了质疑。

大多数学者对发明和创新做了对比。发明是指一个新思想被创建和发展起来，而创新则指采纳现存思想的过程。^⑤然而，如果我们认为当创新推广到一个社会体系，不一定是固定的实体时，他们的区别就不明显了；实际上，在采纳者进行推广新思想时，它常常要做一些改变。

在过去 40 年对创新推广的研究中，创新被认为是固定不变的，尤其是在推广和采纳过程中。从现在看，这种研究方法显然太简单化了。人们忽略了重新调整的存在；它是分析中的噪音。在任何情况下，农业创新中重新调整的可能性要少得多，比如杂交玉米，喷洒 2, 4-D 除草剂，而它们本身的特点就是遗传性的、化学的和生物性的。

查特和佩尔兰（Charters and Pellegrin, 1972）倡导要重视对“重新调整”的研究，是他们发现了它的存在（尽管他们未用这个词）。这些研究人员花了一年时间在四所学校对他们采纳和执行创新就不同工作的安排进行了考察。他们这样总结道：“不同的工作对大多数参与者（也就是，老师和校领导）来说，

只不过是一回事。对参与者的表现、独立性和关系的模式，指导过程中的大体行为，缺少确切的衡量标准。这个词对工作人员来说可意味着非常不同的事，而对一些人来说则没什么不同。革新是在内部进行的，不是在外进行。”

这些经验和概念的变化为近来研究组织的创新过程提供了背景资料（Rogers et al., 1977）。此次研究在概念上关注组织的创新过程，使用的数据搜集方法结构也相对简单，这些都有利于我们对“重新调整”的理解。另外，与从前的 2800 个创新推广的调查研究相比，进行此次调查时人们时刻考虑到“重新调整”这个概念。

创新过程模式

在指导我们研究的模式中，创新就是一个创新体系一点点得到实施的过程。从这个意义上讲，创新并不是一个单一的实体，而是一套组成元素和关系，它们展示了什么是创新和如何进行创新。

我们认为创新过程在逐步实施新思想中包括五个阶段，每一个阶段都要做出一系列决定。只有创新的早期阶段被确定下来，不论是在表面还是在内部，才可以进行创新的后一阶段。创新的这五个阶段是：

1. 设置议程：找出组织中需要进行创新的确切问题。
2. 相互搭配：找出一个相应的解决办法，看它是否能解决组织中的一个问题。
3. 重新定义：创新作为技术上的解决办法，要根据组织特定的环境和找出的问题，来重新定义，并做相应调整，以适应确切的条件。
4. 组织架构：组织结构根据创新作相应调整，以适应革新。
5. 衔接：要明确创新和组织的关系，这样创新才能最终衔接到组织中去，成为组织活动的一部分。

将创新应用作为一个研究单元与唐和莫尔 (Downs and Mohr, 1976) 的一个见解相一致, 这是根据他们在对创新研究进行批判性考察中提出来的。“使用一种创新决策设计是很有帮助的, 它考虑到组织与创新的关系。如果我们正研究 100 个组织对 10 项创新的采纳, 我们就要研究 1000 个例子”。我们这里所说的“应用”就是唐和莫尔 (1976) 谈到的“创新有关系的组织”。

“创新在过去的 10 年中成为社会科学中最时髦的研究领域 (唐和莫尔, 1976)。”创新的研究领域包括不同的行为科学学科, 其中就有近年来的组织行为。“之所以这样流行并不令人惊讶。在创新的研究中考察个人、组织和政治行为有很重要的社会意义。这些研究赋予研究中最隐晦的部分以普遍性, 这种情况随着社会科学越来越专业性而变得很少见” (唐和莫尔, 1976)。

在考察过去的创新研究中, 唐和莫尔 (1976) 总结道, 这项工作的理论价值令人怀疑, 因为他们认为研究中的发现不具稳定性 (也就是说, 差异太大)。就如刚才解释的那样, 在过去对组织创新的研究中, 从组织中一次性收集横断性数据, 对它们的关系进行一项短期性研究。通常来讲, 依赖性变量指“组织的革新性”, 也就是说, 组织在多大程度上易于采纳新思想。对于创新性的概念通常量化为在特定的时间, 一个特定的组织所采纳的创新数目 (比如, 在 10 到 25 个创新中选择)。

通过这样的调查, 我们可以了解有关创新性和非创新性组织的特点。不幸的是, 这样的研究却使我们对于一个新思想应用到组织中的“过程”知之甚少。

近来, 我们为 GBF/DIMF (美国数据局建立的计算机信息系统) 在公共组织中的创新过程进行了深度跟踪研究, 重点研究如何对采纳创新进行决策, 如何进行技术创新 (Rogers et al., 1977)。我们认为, 如果主要目的是描绘问题、形成概念、发展模式, 而不是对假说进行确定的考察, 那么最好采取一种自由回

答式的，不加组织的数据收集方法。

到 1975 年，在美国的 287 个标准都市数据区中，GBF/DIME 创新被大多数地区政府以某种形式所采纳。

我们并不认为，在我们对美国城市的 53 种使用方法中，创新的采纳是一成不变的。在过去对组织创新的研究中，人们认为，一项新的技术创新从外部进入系统内，然后被采纳（很少对创新进行调整），使其成为组织运行中的一部分。人们假定，在组织 A 中的创新采纳与组织 B 的相同。我们对 GBF/DIME 的调查给这一假说带来质疑。

组织通常不会为一项创新活动制订一个确定的蓝图，而是大体给出一个概念，在具体采纳和执行创新的过程中，一点点展开来。

衡量重新调整的程度

在我们所研究的 53 个对 GBF/DIME 体系的应用中是有差异的，我们并不认为由于它们与一种单一的、正确的模式有所不同，就认为它是错误的。简言之，我们把以前研究中所说的“噪声”试图当作“音乐”。GBF/DIME 体系是一种比较抽象的技术项目，对这个工具的应用可以有不同的用法。这项创新可以达到很多目的，这要看每个组织所找出的问题。

我们发现 GBF/DIME 的创新过程通常从使用机构发现问题开始，比如说，一个城市学校的种族平衡、警察局记录的发展、犯罪率增高、社区健康部门记录的婴儿死亡率比预期的高。另一方面，执行创新的过程有时是由于意识到创新的存在（以技术为核心的决定，而不是以问题为核心的决定）。比如，在我们所研究的 53 个使用机构中，当一个官员知道了 GBF/DIME 这个体系，他就会在组织中找出它可解决的一个问题，然后再采用这项创新。

为了衡量 GBF/DIME 在用户机构的 53 种使用方法中的重新

调整的程度，我们就要考察一下每个使用方法与 GBF/DIME 的“主线”有多大程度的不同。在创新过程的五个阶段中，我们考察一下每种使用方法与“主线”是否一致、是否不同。比如，在其中的一个使用方法中，一个社区的健康部门决定通过人口普查来确定人口出生信息，以检验他们地区是否婴儿死亡率高。在第三阶段（重新定义），健康部门由于无法使用 GBF/DIME 体系的计算机版本，改用手工对地区数据制码。所以，这个健康部门对创新的使用方法在创新过程的重新定义阶段与 GBF/DIME 的“主线”不同。

对五个阶段的排列或对重新调整的研究，为我们衡量这个概念提供了比较粗糙的方法。在我们的工作中，发现了一种方法可以用来衡量“重新调整”：将每一种使用方法与 GBF/DIME 的“主线”相同或不同的因素数目制表。在现在的例子中，我们从美国数据局（将创新推广到用户中的主要机构）提供有关 GBF/DIME 的出版物中找到了五种因素。是否在其它技术创新中也可以使用同样的对“重新调整”的衡量方法，我们还要进一步观察，但是，我们敢肯定，大多数（如果不是多数的话）这样的创新都可分解成组成要素。

我们发现，在所研究的 53 种对 GBF/DIME 创新的使用方法中出现了大量的“重新调整”的现象。只有大约一半的用户完全依照美国数据局的 GBF/DIME 体系的“主线”。之所以进行重新调整，其根本原因是各个组织通过创新所要解决的问题是不同的。所以一开始促使组织寻求创新的问题部分决定了创新使用的方式。我们认为，如果组织内创新所要解决的问题差异较大，那么创新就要做较大程度的调整。就如我们前面所提到的，在这 53 例创新过程中，有一部分是由于了解到 GBF/DIME 这个体系而开始进行创新的，而不是由于发现问题要通过创新来解决问题。尽管，在 GBF/DIME 研究中，我们这方面的证据还比较薄弱，但是我们认为如果创新是技术方面的，而不是为解决问题

的，那么就不大可能对创新进行重新调整。一项技术方面的创新要求组织一定要找出一个合适的问题，不然创新就不会全面的实行，也就不能尽其所用。

从用户与提供创新组织（比如，提供 GBF/DIME 计算机的地区机构）的联系来看，在 53 种应用中重新调整的程度也不同。如果他们之间的联系少，通常只为了了解 GBF/DIME 体系，那么比起地区机构给予其咨询的情况，就更容易对创新做重新调整。所以进行重新调整的程度与用户和提供创新组织的关系有关，看他们的关系是否直接，联系是否紧密。如果他们不经常联系，或者双方有冲突，那么很有可能要偏离 GBF/DIME 主线。对创新做重新调整的原因之一是用户对创新细节不是很了解。

总的来说，我们认为，由于组织问题的差异性，创新本身的技术程度和用户与提供创新机构间的关系，使得对创新重新调整的程度有所不同。这就是我们在 GBF/DIME 研究中得出的可以说明的假定，在未来的研究中可做更详细的考察。这种调查可采用一种差异方法，这种方法受益于我们在 GBF/DIME 研究中的过程方法。

组织推广研究的“新学派”

在创新过程中，我们不应该将一项创新看做是固定的，一成不变的，而是灵活的，可以调整的，随着创新逐渐展开，逐渐明确下来，并被重新定义。随着创新在过程中越来越详细，可由此来衡量创新过程中的五个阶段，也可衡量对创新进行重新调整后与“主线”有多大程度的不同。在过去推广的研究中，研究者仅关心采纳创新的这项决定，他们应该关注促使创新的一系列小范围的决定。在创新过程中，组织有可能不断的对创新做较大的调整。

除了意识到会出现对创新的重新调整，最近对组织创新推广的研究在几个重要的方面与传统的推广模式有所不同。

1. 采纳创新的人自己有可能“发展”技术创新，R&D 专家就曾这样做。

2. 研究的“底线”是对创新的实行，而不是仅仅决定采纳它。在过去，大多数研究学者重点研究对创新的采纳，将其作为研究的依赖变量，而忽视了对创新的实行这一方面。

3. 采纳者可起到积极的、创见性的作用，包括推广的过程中，创新的过程中，他会将创新与找出的问题相配，并对创新做重新调整。

4. 推广的研究者们已不再采取测量的方法来收集与创新程度有关的横断性数据，他们已开始对组织的创新过程做深度研究。^⑥这种不同的研究方法可满足学者不同的理论兴趣。

我们建议今后在以下几方面对“重新调整”进行探索：

1. 如果做较大的重新调整，采纳创新的 S 曲线，或是对创新采纳的频率的衡量到底意味着什么？如果对每一次采纳创新的差异可以进行衡量，那么一个重要的（这在以前未被意识到）变量源就体现在推广过程中，这会对以往的研究带来疑问（或者至少在采纳创新的差异性上对以往的研究结果有必要产生怀疑）。

2. 什么时候对创新进行重新调整是适宜的（比如何时将创新与组织的问题相配）？什么时候对采纳者会有不良影响？

3. 作为概念变量，研究者如何最好的衡量到创新“重新调整”的程度？

4. 提供创新组织的推广政策（比如联邦政府）是怎样促使对创新进行重新调整或阻止对创新的重新调整？

在研究交通创新的推广和城市政府对其的采用中，学者对以上提出的研究方向做了探索（Rogers et al., 1979）。

（刘铁花译，关世杰校，译自：D. Nimo (ed.), *Communication Yearbook 3* (pp. 15—35), 1979, New Brunswick, N. J.: Transaction Books)

注释：

① Modernization is defined as the process by which individuals change from a traditional way of life to a more complex, technologically advanced, rapidly changing style of life (Rogers with Svenning, 1969).

② Development is a widely participating process of social change in a society to bring about both social and material advancement (including greater equality, freedom, and other valued qualities) for the majority of the people through gaining greater control over their environment (Rogers, 1976).

③ Koontz (1976) originated the distinction between preventive and incremental innovations.

④ The following section is based directly on Rogers (1978).

⑤ This definition concerns the *process* of innovation, not innovation as an *object*, which is defined as "an idea, practice, or object perceived as new by an individual" (Rogers with Shoemaker, 1971, p. 19).

⑥ The case study approach exemplifies what Mohr (1978) calls "process" research, as compared to the "variance" research that characterized the studies of innovativeness.

参考书目：

- ADHIKARYA, Ronny. Communication support for family planning programs: The potentialities for folk media in Indonesia and the problems involved in pretesting and evaluation. In United Nations. *Asian Population Studies Series*. Bangkok: ESCAP, Report 27, 1975.
- BELTRAN, Luis Ramiro. Alien premises, objects and methods in Latin American communication research. In Everett M. Rogers (ed.) *Communication and Development*, Beverly Hills: Sage Publications, 1976.
- CHARTERS, W. W. & PELLEGRIN, Roland S. Barriers to the innovation process. Four case studies of differentiated staffing. *Educational Administrative Quarterly*, 1972, 9, 3-4.

- CRAWFORD, Robert H. & ADHIKARYA, Ronny. The use of traditional media in family planning programs in rural Java. Papers in Communication Arts Series 2. Ithaca, New York: Cornell University, Department of Communication Arts, 1972.
- DIAZ-BORDENAVE, Juan. Communication of agricultural innovations in Latin America. In Everett M. Rogers (ed.) *Communication and Development*. Beverly Hills: Sage Publications, 1976.
- DOWNS, George W., Jr. & MOHR, Lawrence B. Conceptual issues in the study of innovation. *Administrative Science Quarterly*, 1976, 21, 700—714.
- ESMAN, Milton. popular participation and feedback systems in rural development. Paper presented at the Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development. Ithaca, N. Y.: Cornell University, Report, 1974.
- GRUNIG, James. *Communication and the economic decision process of Colombian farmers*. Madison: University of Wisconsin, Land Tenure Center, Report, 1968.
- HAUSER, Philip H. Family planning and population programs: A book review article. *Demography*, 1967, 4, 397—414.
- HAVELOCK, Ronald G. *Planning for innovation through dissemination and utilization of knowledge*. Ann Arbor: University of Michigan, Institute for Social Research, Center for Research on the Utilization of Scientific Knowledge, Report, 1971.
- KATZMAN, Natan. The impact of communication technology: Promises and prospects. *Journal of Communication*, 1974, 24, 47—58.
- KOONTZ, Virginia Lansdon. *Determinants of individual's levels of knowledge, attitudes towards, and decisions regarding a health innovation in Maine*. Ph. D. Thesis. Ann Arbor: University of Michigan, 1976.
- MENZEL, Herbert & KATZ, Elihu. Social relations and innovation in the medical profession: The epidemiology of a new drug. *Public Opinion Quarterly*, 1955, 19, 337—352.
- MOHR, Lawrence B. Process theory and variance theory in innovation re-

- search. In Michael Radnor and others (eds.). *The diffusion of innovations: An assessment*. Evanston, Illinois: Northwestern University, Center for the Interdisciplinary study of Science and Technology, Report, 1978.
- ROGERS, Everett M. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press, 1962.
- ROGERS, Everett M. with Svenning *Modernization among peasants: The impact of communication*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1969.
- ROGERS, Everett M. with F. Floyd Shoemaker. *Communication of innovations: A cross-cultural approach*. New York: Free Press, 1971.
- ROGERS, Everett M. *Communication strategies for family planning*. New York: The Free Press, 1973.
- ROGERS, Everett M. The anthropology of modernization and the modernization of anthropology. *Reviews in Anthropology*, 1975, 2, 345—358.
- ROGERS, Everett M. & SOLOMON, Douglas. *Traditional midwives as family planning communicators in Asia*. Honolulu: East-West Communication Institute, Report, 1975.
- ROGERS, Everett M. The passing of the dominant paradigm: Reflections on diffusion research. In Wilbur Schramm and Daniel Lerner (eds.). *Communication and change: The last ten years and the next*. Honolulu: East West Center Press, 1976.
- ROGERS, Everett M. et al. *The innovation process in public organizations: Some elements in a preliminary model*. Ann Arbor: University of Michigan, Department of Journalism, Report, 1977.
- ROGERS, Everett M. Re-invention during the innovation process. In Michael Radnor and others (eds.). *The diffusion of innovations: An assessment*. Evanston, Illinois: Northwestern University, Center for the Interdisciplinary Study of Science and Technology, Report, 1978a.
- ROGERS, Everett M. et al. *The diffusion process for Dial-A-Ride*. Stanford, California: Stanford University, Institute for Communication Research, Report, 1979.
- ROLING, Niels G. et al. The diffusion of innovations and the issue of equity in

- rural development. In Everett M. Rogers (ed.) *Communication and development*. Beverly Hills: Sage Publications, 1976.
- RYAN, Bryce & GROSS, Neal C. The diffusion of hybrid corn in two Iowa communities. *Rural Sociology*, 1943, 8, 15—24.
- SHINGI, Prakesh & MODY, Bella. The communication effects gap: A field experiment on television and agricultural ignorance in India. In Everett Rogers (ed.) *Communication and Development*. Beverly Hills: Sage Publications 1976.
- TICHENOR, Philip J. et al. Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 1970, 38, 159—170.
- VIRAVAIIDYA, Mechai. Community-based distribution of contraceptives: The Thai model. Paper presented at the Seminar on Village and Household Availability of Contraceptives, Manila, Philippines, 1976.
- WARNER, Kenneth. The need for some innovative concepts of innovation. *Policy Sciences*, 1974, 5, 443—451.
- ZALTMAN, Gerald et al. *Innovations and organizations*. New York: Wiley, 1973.

● 创新的推广

对接受个人电脑的探索

卡罗琳·A. 兰

(Carolyn A. Lin)

随着个人电脑越来越多的为人们提供信息和多媒体的娱乐功能，它以后的发展对印刷、广播和有线电视的影响是很重要的。此项研究对以下个人电脑所面临的最重要的问题进行探索——购买个人电脑的比率、购买类型，这两者与不能购买的一些障碍的关系，使用媒体的模式，现有传播技术的所有者和社会环境。尽管这个研究只是对某个模式进行探索，所得的研究发现却证明理论框架是有道理的。

个人电脑（PC）在过去的十年里经历了几次大的变化。今天，PC 具有多媒体功能并处于国际网络的环境内，它成了大众传播媒介之一。PC 的技术在其他方面也有所发展，比如 PC-TV，网络 TV，卫星 PC 和有线电视，这些都是进入信息时代很诱人、很新的 PC 与媒体相结合的技术。

在 1997 年初，PC 的购买率是 37%，可是在年尾购买比率就大大地增加了（Sanberg, 1997）。与 PC 技术有关的很重要的问题既是文化方面的又是经济方面的。随着 PC 既提供多媒体和广告功能又为人们提供信息，它未来的发展对印刷、广播和有线电视的影响至关重要。

在 PC 推广的阶段中，一个基本的问题是如何加快 PC 的使用率。为解决这个问题，有必要了解已购买 PC 的人，即将购买 PC 的人，不使用 PC 的人，以及使用或不使用 PC 的理由。这项研究通过探索不同使用者的差别和影响 PC 使用率的因素来考察这些问题。

背影资料

尽管 PC 使用现象吸引了信息和图书馆科学研究者们的兴趣 (Reissman, 1990)，很少有大众传播的研究直接考察这个现象。所以，当我们在大众传播的情境下来研究 PC 的使用时，有必要从跨学科的理论角度把它作为一种创新推广来研究 PC。

运用创新推广的理论来解释使用 PC 中的许多因素。我们还要引用其他的研究对使用者的特征进行描述。接下来要仔细考察使用者的行为，看它与一些媒体使用行为的关系，比如媒体使用的模式和技术的所有者与 PC 事业者和其他媒体技术事业的现存联系。

使用 PC 的障碍

罗格斯 (1995) 给“创新性”下了一个定义：个人或别的采纳者比其他的社会成员在多大程度上较早的采用创新 (p. 22)。他将采纳者分成：(1) 创新者，(2) 较早的采纳者，(3) 大多数较早的采纳者，(4) 较迟的采纳者，(5) 落后者，这些是依据使用者的创新性和使用率。创新者被认为是一项创新进入社会的最早采纳者和把关人，落后者则是那些拒绝采纳创新和最后使用创新的人。另外三种类型的采纳者介于这两者之间 (罗格斯, 1995)。

还有另一种解释，米奇利和道林 (Midgley and Dowling, 1978) 认为，创新指“个人在多大程度上更易接受一个新思想，并且在不受他人的影响下独立决定采纳某项创新” (p. 236)。这

些定义是一套宏观上的功能，它为探索微观的功能打下基础，这包括个人的、大家的和其他采纳应该确定的行为模式。

比如，福克萨尔和巴蒂（Foxall and Bhatti, 1991）认为个人的创新性的根源应包括个人的性格特点，指的是有冒险性和交流模式（比如媒体的使用，观点的领导）（参看罗格斯，1995）。根据赫希曼（Hirschman, 1980）的研究，创新性的原因与个人寻求新事物的动机有关。弗拉维尔（Flavell, 1977）在解释这些动机时，依据这个假定，创新的采纳有利于个人的发展和解决问题。如果个人寻求新事物的动机很强，他就会1. 有寻求新事物的意愿或愿意采纳一项创新；2. 将这种意愿化成实际行动或是采纳革新。这两个概念被米奇利和道林（1978）称做“天生的创新性”和“实际的革新性。”

还有弗拉维尔（1977）、米奇利和道林（1978）对“天生的革新性”和“实际的创新性”在理论上进行区分，这个划分是很重要的。这种区分可将个人对创新的需要和实际满足这种需要分开来。这两个概念可告诉我们为什么对创新有很强的需要不能导致人们立即采纳创新。

使用这个概念是很重要的，如果一个人考虑到大多数有关采纳和创新研究提供的证据——那些受教育程度高的、年龄小的、不太富裕的人通常不是创新者，因为他们缺乏实际采纳创新的能力。另外，这种概念上的划分有利于我们对动机和行为的联系进行研究。马斯洛（Maslow, 1970）对“需要的等级”进行了分类，也就是自我实现的需要，这个分类为这两者的联系提供了理论基础。

对创新的需要基本上来说，有很强的自我实现需要的人，他的性格特点和行为模式都会反应出他有这种需要。例子之一是个人会有兴趣关注新事物和新产品的信息。这种对创新的关注就反映了个人对创新的需要。然而，为了实现这个需要，个人一定要实际上采纳新事物或新产品。

复杂性和相关性的好处 实际的采纳行为是将个人的需要和其他环境因素结合起来。这些环境因素对创新的采纳有障碍。根据罗格斯（1995）的研究，创新的五个因素会决定它是否能被很快地采纳：（1）相对的优点，（2）兼容性，（3）复杂性，（4）实验性，（5）可观性。罗格斯的这种说法是从全球性的角度中得出的，包括在发展中国家和传统的农业社会（新思想和新产品）。

在现在的研究情境中，这种说法的几个成分并不直接相关。这些成分是“兼容性”、“实验性”和“可观性”。个人电脑广泛地在工作中、商业和学校使用，因此，与现有的技术“相容”并不令人担忧。同样的，在现有的社会和市场环境下采用个人电脑，“实验性”和“可观性”并不成问题。这样“复杂性”和“相对的优点”就值得我们考虑了。

这两点被别的研究者解释为“操作简单”和“有用处”。比如，如果人们在工作中认为使用电脑是有用的而且是有意意思的，那么这就对“使用电脑的简单性和工作质量”有影响（比如输入文件、制作图片、进行计算等等）。同样的，巴戈齐、戴维斯和沃肖（Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1992）认为，在学习使用电脑的过程中，一个人对有可能学成的态度和愿意付出的努力都决定了MBA学生们是否采纳和使用电脑。换句话说，操作电脑的复杂性和简单性都会影响一个人是否使用电脑。

资源 个人采纳一种创新还要依赖另一个很重要的因素：资源。从现在来看，这个概念指的是个人是否有财力购买，从产品的内在价值来考虑而不是看重它要花多少钱。换句话说，有钱采纳创新的人不会这么做，因为他们并不认为创新一定要优先采纳。相反，没有足够资金来源的人却很想采纳创新，因为他们认为创新是应该优先采纳的。这两组都不采纳创新的人主要是他们对创新需要的程度不同。有能力采纳的人对创新没有很强的需要，而另一组人则有很强的需要却不能立即满足它。

这两组人都不是“采纳者”，那一组有强烈愿望采纳创新的

人可称为“潜在的采纳者”。对资金问题的讨论又引出另外几个因素：包括人口特点、媒体的使用和传播技术所有者。这些因素都可得出个人使用现有技术的特点。

人口组成

回顾早期的研究告诉我们，使用电脑的人比其他人的社会经济地位要高（Atkin & LaRose, 1994；Dutton, Rogers, & Jun, 1987；Steinfeld Dutton, & Kovaric, 1989）。另外，采用与电脑有关的技术的人——比如录像也都是地位较高的（Ettema, 1984）。那些使用电脑公告板服务的人与“创新者”比较相近，他们都比较年轻，而且受过良好的教育（Garramone, Harris, & Anderson, 1986；Rafaeli, 1986）。

在最近的研究中也得出一个比较相似的有关人口的因素。比如，工业研究报告指出，孩子在18岁以下的夫妻有可能拥有个人电脑，占1994年家庭电脑市场份额的44%（Crispell, 1994）。另一个工业调查发现，美国人中对“技术感兴趣的人”多是二战后出生的（平均年龄38岁）、富有（平均家庭收入56000美元）、受过良好的教育（多于14年的校龄）（Mitchell, 1994）。尽管早期研究发现，男性更易使用电脑（Krendl, Brohler, & Fleetwood, 1989；Reissman, 1990）。最近的研究发现在主要的电脑使用者和长期拥有者中，对电脑的兴趣很少存在性别的差异（“在性别的差距中架起了比特之桥”，1994）。

媒体使用模式

早期研究发现，电脑的使用者很少看电视和参加娱乐活动（Vitalari, Venkatesh, & Gronhaug, 1985）。这些使用者比不使用者会经常使用其他技术，比如小型计算器和电脑游戏（Dickerson & Gentry, 1983）。因为对个人电脑使用的近期研究资料较少，我们只好对在线的电脑使用者进行考察。

对使用录像新闻公告板来说,报纸的阅读水平并未对读者使用它带来影响 (Heikkinnen & Reese, 1986)。同样的, 兰 (1994b) 发现使用媒体的行为, 包括使用杂志、报纸、收音机、磁盘、电视、VCR 和录像机, 与对录像的潜在使用无关。而使用电子公告板则减少了看电视、读书和打电话的时间 (James, Wotrung, & Forrest, 1995)。这样的发现被杰弗里斯和阿特金 (Jeffres and Atkin, 1996) 反驳, 他们得出对媒体使用的兴趣和因特网的兴趣之间并无关系。

传播技术的所有者

根据罗格斯 (1995, p.15) 的研究, “在一群技术中总有一个或更多的因素是紧密相连的”。另外, 在一个社会体系中的同一时间推广一套创新也应是相互独立的。罗格斯的这种说法告诉我们, 传播媒体在某些功能上是相似的, 这样就会形成我们所关切的接受率, 假定其他的环境因素比如价格是不变的。

早期电脑使用的研究 (Dickerson & Gentry, 1983) 主要集中在考察创新的采纳和其他技术使用经历的相似性。其他的早期研究也显示采纳新的文本服务与采纳其他的创新是有关的 (Ettema, 1984), 因为使用某项技术的经历会鼓励人们使用有线电视和电脑 (Dutton, et al., 1987; LaRose & Atkin, 1988)。

别的研究对技术群的概念进行了探索, 当比如使用者采用功能相似的媒体时 (LaRose & Atkin, 1992; Yankee Group, 1988)。里根 (Reagan, 1987, 1989) 发现, 我们可以通过对其他相似技术和使用者的态度来很好地预见到他们对通讯技术的采纳。兰 (1994b) 做的另一个研究显示, 潜在的个人电脑使用者更可能只要录像文本服务。但是, 皮尔斯和考特赖特 (Perse and Courtright, 1993) 发现使用电脑的动机与使用传统媒体渠道 (比如有线电视) 和人际交流方式 (比如电话) 的动机不同。

研究框架

在理论上我们进行了区分，为的是认清个人的心理状况，他们本来天生是爱创新的人，但是又与他们的实际行动不同。这个理论框架有利于我们对“可能的采纳者”进行研究，而不只是将他们一分为二：采纳者和不采纳者。这项研究的根本框架认为，对创新性的需要程度会预见出在一个时间范围内创新采纳的速度，这反过来又受到其他的变量，如人口因素，认识到的使用障碍，现有的媒体使用水平和传播技术所有模式的影响。结果，上面提到的所有独立变量都应该在采纳者、可能采纳者和不采纳者中有很大的不同。

方 法

设计方案

我们通过电话调查的方法来收集研究数据，使用一个在电脑帮助下的电话采访系统（CATI），这主要依据一些随机找出的电话号码。这项调查1996年春天进行，地点是在中西部的有两百万人口的多种族的大城市。最后的抽样得出561个有效的、完整的调查，除去无效的和商业的电话外，达到62%的回复率。

研究的工具包括问卷调查和以下变量。

采纳者的类型。有三种采纳者：采纳者、可能的采纳者和不采纳者。“采纳者”指已经有一个PC，可能的采纳者指那些想在一年或两年内有PC的，不采纳者是没有这个愿望的人。

采纳的障碍。被采访人对使用PC的18个原因进行排序。因素分析（看表1）使用最大方差转换（Varimax rotation），得出四个因素：资源、对创新的需要、复杂和相对的优点，这与上面理论假定所讨论的一致。

表 1

采纳创新变量的因素分析

变量	因素 1	因素 2	因素 3	因素 4
资源				
PC 价钱	-.03	-.03	.87	.13
打印机价钱	-.03	-.01	.90	.10
软件价钱	.02	.1	.79	.07
对创新的需求				
愿意学习新思想	.18	.74	.02	.12
愿意探索新技术	.16	.84	-.03	.06
与新技术同步	.17	.78	-.02	.01
愿意冒险	.16	.56	.13	-.14
复杂性				
学习使用 PC 难	-.02	.01	.08	.83
学习使用 PC 很难	.03	-.01	.13	.86
学习使用 PC 非常难	.12	.04	.07	.82
优点				
电脑是工作的需用	.59	.42	-.09	.05
电脑使工作容易	.85	.17	.003	.05
电脑使生活轻松	.84	.13	-.02	.03
电脑带来更多的机会	.79	.20	.03	.04
% 解释的方差	26.4	18.8	12.5	9.3
本征值	3.69	2.64	1.74	1.31

资源。我们用三个句子来衡量被采访者对“个人电脑打印机和软件的价钱太高”这个看法的同意程度。将程度分成五个类别，从“非常同意”到“非常不同意”。因素分析程序成功的将这三个句子合成一个因素。资源：克龙巴赫（Cronbach）值为 .83。

对创新的需要。设计了八个句子来考察个人想了解电脑的心

理需要，它们也被用来考察被采访者的感情。这里再一次用了利克特式（Likert）的五个等级的分类法：从“非常同意”到“非常不同意”。因素分析将两个句子淘汰，因为这两个句子得出了不只一个因素。在可靠性的测验后，剩下的五个句子中的四个句子，如表1所示，只得出一个因素，克龙巴赫值为.76。

复杂性。三个句子来衡量人们在学习如何使用个人电脑时所认识到的困难程度：难学、很难学、非常难学。利克特的五点等级分类用来衡量人们对每个句子的同意程度。因素分析将这三个句子合在一起得出一个因素（见表1），克龙巴赫值是.80。

优点。四个句子用来衡量了解电脑的优点。同样使用“同意—不同意”的利克特五点分类法。因素分析将这四个句子合成一个因素（见表1），克龙巴赫值是.82。

传播技术所有。人们被问到他们是否订了所列出的14种传播技术产品以及他们拥有的数目。这14种产品包括卫星天线、VCR、摄像机、CD机、光驱、游戏机、电子个人组织者、呼机、录音电话、手机、传真机、文字处理机、有线电视、预定有线电视、预定DBS和有声信件。一个人所拥有的产品数目被认为是对技术的占有程度。

媒体的利用水平。被采纳人要说出他们每天看电视、听广播有多少个小时，另外他们一星期看报纸和杂志共有几天。

人口因素。以下是对人的社会性的衡量：性别、年龄、收入水平、受教育水平、与几个孩子住在一起、婚否、是否被雇用、职业。

采用率。这个概念是以罗格斯的概念（1995）为基础的。确切的说，罗格斯的“理想”的采用率是“创新者”（2.5%），“早期采纳者”（13.5%）和“早期的大多数”（34%）。使用这个比率得出了现在的采纳率概念：2.5%的“创新者”（有PC机12年或更多的年份），14.1%“早期的采纳者”（有PC机5年到12年）和27.2%“早期的大多数”（有PC机少于五年）。卡方

(Chi-square) 测验显示在罗格斯和现在研究的采纳率之间没有数据上的差异 ($p < .05$)。至于那些想在一年或两年内购买 PC 机的人, 他们被归类为“较迟的大多数”(占样例中的 23%), 那些不想买的被归类为“落后者”(占样例的 34%)。采纳率这样就分为五类, 包括创新者、早期采纳者、早期的大多数、较迟的大多数和落后者, 每一组都有依次递减的值从 5 到 1, 来反映它们的连续比率等级。

数据分析

除了以上讨论过的卡方测验和因素分析, 方差分析程序可以比较出在所有独立变量中, 采纳者、可能的采纳者和不采纳者的潜在差别。为了过滤到介入采纳率的预测方程的多种预测变量的共线问题, 为所有的独立变量计算了皮尔生 (Pearson) 关系系数。表 2 的皮尔生相关系数的关系值清楚地显示, 多种变量共线并不值得担忧, 因为没有相关系数显示任何警告的原因 (最高的系数是 .47)。最后, 进行了一个多元回归分析, 依次加入预见因素者, 用以考察在解释 PC 采纳率方差的方程的预见能力。

结 果

44% 的样例使用了 PC 机, 11% 有不只一台 PC 机, 73% 曾使用过 PC 机。PC 机的平均使用年数为 4.4 年。在这项研究中, PC 机的采用率比整个国家的平均值高, 这也许是由于在一个大城市进行调查的结果, 精英的人口比较集中。同时, 11.9% 的样例是在线使用者, 代表着 39.2% 的 PC 机拥有者, 在线使用的平均年数为 2.4 年。

采纳者的类型

单向方差分析的结果在表 3 中显示出。在人口的背景方面,

表 2 采纳者、可能采纳者、不采纳者之间方差品质对比

	不采纳者 (G1) M	可能采纳者 (G2) M	采纳者 (G3) M	对比			总分布
				G1G2 p≤	G2G3 p≤	G1G3 p≤	p≤
人口背景							
受教育水平	2.97	3.60	4.03	.0001	.005	.0001	.0001
有孩子的数目	.761	.10	1.22	n.s.	n.s.	.002	.006
收入	2.60	3.17	3.92	.006	.0001	.0001	.0001
年龄	4.57	3.02	3.02	.0001	n.s.	.0001	.0001
性别	.37	.42	.52	n.s.	n.s.	.002	.007
利用传媒							
利用电视	3.77	3.50	2.72	n.s.	.001	.0001	.0001
利用收音机	2.71	2.88	2.70	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
利用报纸	4.75	4.46	4.80	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
利用杂志	2.57	2.88	2.95	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
技术所有	5.84	7.91	11.05	.0001	.0001	.0001	.0001
采纳的障碍							
对创新的需要	3.15	3.51	3.89	.0001	.0001	.0001	.0001
资源	3.48	3.69	3.38	.036	.001	n.s.	.005
复杂性	3.36	3.53	3.39	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
优点	3.09	3.80	3.93	.0001	n.s.	.0001	.0001
总 N 的 %	22 %	34 %	43 %				

在不同类型的人之间，只有不采纳者和采纳者之间在拥有孩子的数目和性别上有所不同，即使是这样，比较孩子的数目 ($p \leq .006$) 和性别上 ($p < .007$) 还是在数据上有很大的不同。另外，

不采纳者比前两者所受的教育要少，可能的采纳者比采纳者的教育水平也要少 ($p \leq .0001$)。与收入水平的关系也是成直线型的，采纳者的收入最高，然后是可能的采纳者，最后是不采纳者 ($p \leq .0001$)。最后，不采纳者比采纳者和可能的采纳者要老，但是后两者在年龄上相似 ($p \leq .0001$)。

表 3 所有自变量之间的零顺序相关

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1. 性别		.11	+	.11	+	.12 [*]			.11 [*]				.16 [*]	
2. 孩子			<u>.18[*]</u>						<u>.09</u> +					
3. 收入				.38 [*]		.19 [*]	<u>.14[*]</u>	.23 [*]	.24 [*]		.19 [*]	<u>.13[*]</u>	.18 [*]	
4. 年龄				<u>.15[*]</u>		.14 [*]	.11	+	.21 [*]	<u>.36[*]</u>	<u>.31[*]</u>	<u>.08</u> +	<u>.19[*]</u>	
5. 受教育程度						.13 [*]	<u>.14[*]</u>	.10	+	.21 [*]	.24 [*]	<u>.10</u> +	.24 [*]	
6. 收听收音机										.10	+			
7. 读杂志								.27 [*]	.11 [*]			<u>.10</u> +		
8. 看电视									<u>.16[*]</u>		<u>.11[*]</u>		.12 [*]	
9. 读报													.09	+
10. 拥有技术											<u>.27[*]</u>		.33 [*]	
11. 复杂性											.10	+	.22 [*]	
12. 优点													.47 [*]	
13. 资源														
14. 对创新的 需要														

注：系数在统计学上不显著的未列入表中，划线的代表负值，“+”代表双尾的显著水平为 $p \leq .05$ ，“*”代表着双尾的显著水平为 $p \leq .01$ 。

现在我们来说说媒体的使用，在不同的电脑采纳者中他们对别的传统媒体的使用并没有很大的不同。只有在电视的使用上有

很大的不同 ($p \leq .0001$)，不采纳者和可能的采纳者看电视的时间相似，这两者都比采纳者看的时间多。相反，电脑的采纳者与技术所有之间的关系是成正比的，也就是电脑采纳者的技术拥有水平最高，其次是可能的采纳者，最后是不采纳者 ($p \leq .0001$)。

电脑采纳者对创新的需要最高，其次是可能的采纳者，最后是不采纳者 ($p \leq .0001$)。正如概念框架所假定的那样，在使用电脑中所认识到的有效资源可以说是产品价值的一个功能而不是对产品花费的估价。可能的采纳者认为他们比不采纳者或采纳者的有效资源要少 ($p \leq .005$)。

同样的，在不同的采纳者中他们对电脑的复杂性认识也没有太大的不同（在过去 73% 的样例已使用过 PC 机）。在相对的优点的认识上 ($p \leq .0001$)，尽管不采纳者比采纳者或可能的采纳者并未认识到产品有太多的优点，但是在后两者之间对产品优点的认识并没有太大的不同。

采纳率

表 4 的分层多元回归结果显示，在每个变量组中至少有一个变量可以很好的预见到采纳率。传播技术拥有是具有很强预见能力的变量 ($\beta = .26$)，随后是收入水平 ($\beta = .22$)，年龄 ($\beta = -.15$) 和电视的收看水平 ($\beta = -.14$)，这些都是由于人们认识到其资源 ($\beta = -.13$)，创新的需要 ($\beta = .12$) 和可预见的优点 ($\beta = .10$)。每一组变量产生的多元 R 在数据上是很有意义的。从总体来讲，这个等式有 39% 的差异。这样，较早采纳 PC 的个人就会年轻些（平均年龄为 35），有钱些（平均年收入为 50000 美元）。他们已经采用了更多的传播技术，这也解释了为什么他们较少收看电视。另外，这些个人也认识到使用个人电脑会有更大的好处，对创新有较强的需要。

表 4 个人电脑采纳率的多元回归分析

预测变量	标准的 β	分布显著
人口因素		
被采访者性别	.06	n.s.
孩子的数目	-.07	n.s.
收入水平	.22	.00001
被采访者年龄	-.15	.0026
受教育程度	.01	n.s.
多元 R	.50	.00001
R ²	.25	
媒体的利用		
听收音机	.01	n.s.
读杂志	-.03	n.s.
看电视	-.14	.0015
读报	.05	n.s.
多元 R	.52	.00001
R ²	.27	
拥有的技术		
多元 R	.59	.00001
R ²	.34	
采纳的障碍		
资源	-.13	.0044
创新的需要	.12	.0181
多元 R	.62	.00001
R ²	.38	
复杂性		
优点	-.05	n.s.
	.10	.0499
多元 R	.6227	.00001
R ²	.39	

讨 论

研究大体上证实在我们提出的理论框架中在所有不同成分之

间所期待的关系，除了现有的大众传媒的使用模式，包括收音机、报纸和杂志，还有认识到 PC 机的复杂性。

采纳类型

正如所期望的那样，创新的需要在采纳者中是最强烈的，随后是可能的采纳者和不采纳者。因为样例中的 73% 都有使用 PC 机的经历，复杂性这个问题就变得无关了。

一项技术还没有被完全的采纳，它的特点是人口的差异较大。采纳者和可能的采纳者与使用那些更成熟的媒体的人很不同，这些成熟的媒体有有线电视和 VCR（兰，1994a）。现在的研究也证明在采纳者和可能的采纳者之间没有很大的性别差异，这与过去的发现一致（在性别差距中架起了比特之桥，1994）。

更重要的是，在采纳者和可能的采纳者之间年龄的整异不大，但是在他们之间，收入的差异较大，教育水平也有所整异，这暗示原来的理论框架是有效的。也就是说，可能的采纳者是那些需要创新的但是又缺少资金来源以满足较早的采纳个人电脑的愿望。

同样的，尽管不采纳者和采纳者认识到采纳 PC 机有相似的资金来源，不采纳者也不计划在以后采纳它。相反，尽管可能的采纳者缺少资金采纳 PC 机，他们也会计划在将来买它。同样的，可能的采纳者比不采纳者会认识到 PC 机有更大的潜在的好处。

最后，在不同的 PC 机使用者中，对传统传媒使用没有太大的不同，这表示对技术群需要一个新的概念化。一个技术群主要以传播需要的类型为基础，从“功能等同”的角度看，这些媒体或技术应满足传播的需求。

事实上，用截然分开的方法将这些概念划分是很难的，因为许多传播技术的满足功能是合起来的而不是分开的。这已由佩尔斯和考特赖特（Perse and Courtright, 1993）的研究发现所证明。这样，在以传播需要为依据，来产生一个“功能相似”群之前，

首先将互动的视觉技术（那些 PC 机功能相似的技术）归类是更有意义的。

采纳率

多元回归模式证明，某些人口因素仍可以很好的预见到个人电脑的采纳率。这对于其他一些传播技术来说并不是这样，他们是在同一时间被引入的，比如 VCR 和有线电视（LaRose & Atkin, 1988; Lin, 1994; Sparks & Kang, 1986）。

在性别和采纳率之间没有很明显的关系，这表明在个人电脑的采用中“性别差距”已经消失，这又证明了以前的研究工作（“在性别差距中架起了比特之桥”，1994）。同样的，它与孩子数目的关系也不大，证明采用个人电脑已经取得“实用技术”的地位，这与家庭的组成无关。这个研究发现与以前的一些研究相抵触（Crispell, 1994），但是又与别的相一致（Mitchell, 1994）。

在这里最有意思的结果是“教育水平”，与以前的研究发现相反，它并不能预见个人电脑的采纳（比如 Ettema, 1984）。这又一次说明 PC 机在实用技术上是很有潜力的。那些年龄小的、更多收入的家庭（不管他们的教育程度如何）都适于采纳者的情况是符合逻辑的；也就是说，他们对这一代的技术有热情而且相对来讲更应手一些。这次研究中的平均年龄和收入的数据与以往的研究相似（比如 Mitchell, 1994）。

对报纸、杂志和收音机的使用与个人电脑的采纳无关，这表明它们不具备 PC 机（或电视）的电子视窗功能或者说它们不属于 PC 机的这个技术群。电视的收看多少与 PC 机的采纳成反比关系，这个发现与以往的研究工作一致（Reagan, Pinkleton, Chen & Aaronson, 1995; Vitalari, Venkatesh, & Gronhaug, 1985）。但是，我们却很难判定使用 PC 机会阻碍电视收看，或是较少的看电视可预见到人们将较早的采用电脑（比如 James, Wotring, & Forrest, 1995）。正如所预料到的那样，掌

握的传播技术越多，他就越有可能采用个人电脑，这与以前的研究也一致（比如 Jeffres & Atkin, 1996; Reagan, 1987; Reagan et al., 1995）。

以前的研究的重点多集中在与工作有关的采纳，而不是家庭电脑的采纳（Rice, 1984; Trevino & Webster, 1992）。与资料所得的期望相反，个人电脑技术的复杂性并不能阻止个人电脑的采纳。很明显只要人们认为采用它带来的好处大于一个人对技术的担忧，那么人们所认识到的在使用上的复杂性并不会成为问题。

人们认识到的可利用资源可以很好的预见到电脑的采纳。这与上面讨论过的方差分析结果相同，这个结果发现可能的采纳者比不采纳者占有的资源要少，不采纳者与采纳者占有的资源相似。这样的话，那些想使用个人电脑的人缺乏足够的资金，而那些不想使用的人实际上相对的富裕一些。

这个发现证明“对创新的需要”这个说法是正确的。创新需求（个人创新性的心理根源）可能是预见个人电脑采纳的一个重要变量。尽管在此次研究中这个变量的预见性并不如所预料的那样强，但是进一步完善衡量方法会提高此性能的有效性。

总结

根据上面的数据，PC 机的采纳率可以最先通过对其他传播技术的所有情况来预见。那些对技术很感兴趣的人，通常在二战后出生而且年收入在国家平均值以上，会比别人较早地采用 PC 机，对创新有很强的内在的需要。“对技术热心的人”也在采用时会更多的认识到它实际的优点而不是考虑它要花多少钱。

言外之意，这群很想使用 PC 机的人——他们对媒体和广告也很积极的使用和参与——也可能是第一个使用 PC 机和媒体合成技术的人。现在，广播工作者暂时阻止了 PC 工业的侵入，因为他们选择了隔行扫描而不是行扫描信号以便向数码化转变。但

是，PC 工业的目的在数码化广播中进行竞争是很明确的，一些重要的工业者如因特尔、康柏和微软（拥有网页电视）依然很想实现这个目标。

可以探讨的是，由于 PC 机在今后的几年里会达到普及的程度，那么人格的创新性对采纳 PC 机就不那么重要了。相反，人们所认识到的优点和“必要”（这个方面在研究中没得到很好的测量）会成为采用 PC 机的主要原因。如果此次研究的结果得出有关这方面的预兆的话，那么后来走红运的人及他们年龄小的用户会更加意识到他们必须要拥有一项实用技术。娱乐传媒工业也应该敏锐地认识到这一点。

总的来说，尽管这项研究仅仅对提出的模式中的不同变量进行探索性的考察，研究发现证明我们所描绘出的理论框架是正确的。更确切的说，将几种资料结合起来在理论和实际中都是有用的。在研究中考察的这个模式是初步的，但是它也会为未来的与 PC 机相关技术的研究提供基础。为了增加内容和结构的有效性，未来的研究也应该考虑到加入这样的预见采纳 PC 机的变量，比如观点引导和生活方式的变量。

（刘铁花译，关世杰校，译自：Journal of Broadcasting & Electronic Media/Winter 1998, pp. 95-112）

参考书目：

- Atkin, D. & LaRose, R. (1994). *An analysis of the inform action services adoption literature*. In J. Hanson (ED.), *Advances in telematics* (Vol. 2, pp. 91-110). New York: Ablex.
- Bagozzi, R. P., Davis, F. D., & Warshaw, P. R. (1992). Development and test of a theory of technological learning and usage, *Human Relations*, 45, 659-686.
- Crispell, D. (1994, February). Computers at home. *American Demograph-*

us, p. 59.

- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 1111-1132.
- Dickerson, M. D., & Gentry, J. W. (1983). Characteristics of adopters and non-adopters of home computers. *Journal of Consumer Research*, 10, 225-235.
- Dutton, W., Rogers, E., & Jun, U. H. (1987). Diffusion and social impacts of personal computers. *Communication Research*, 14, 219-250.
- Ettema, J. S. (1984). Three Phases in the creation of information inequities: An empirical assessment of a Prototype videotext system. *Journal of Broadcasting*, 28, 383-395.
- Flavell, J. H. (1977). *Cognitive development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Foxall, G. R., & Bhat, S. (1991). Psychology of computer use : XIX. Extent of computer use: Relationship with adaptive-innovative cognitive style and personal involvement in computing. *Perceptual and Motor Skills*, 72, 195-202.
- Garramone, G., Harris, A., & Anderson, R. (1986). Uses of political bulletin boards. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 325-339.
- Heikkinnen, K., & Reese, S. (1986). Newspaper readers and a new information medium. *Communication Research*, 13, 19-36.
- Hirschman, E. C. (1980). Innovativeness, novelty seeking, and consumer creativity. *Journal of Consumer Research*, 7 (3), 283-295.
- James, M. L., Wotring, C. E., & Forrest, E. J. (1995). An exploratory study of the perceived benefits of electronic bulletin board use and their impact on other communication activities. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, 30-50.
- Jeffres, L. & Atkin, D. (1996). Predicting use of technologies for consumer and communication needs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40, 318-330.
- Krendl, K. A., Brohier, M. C., & Fleetwood, C. (1989). Children and

- computers: Do sex-related differences persist? *Journal of Communication*, 39 (3), 85-93.
- LaRose, R. & Atkin, D. (1998). Satisfaction, demographic and media environment Predictors of cable subscription. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 32, 403-413.
- LaRose, R. & Atkin, D. (1992). Audiotext and the re-invention of the telephone as a mass medium, *Journalism Quarterly*, 69, 413-421
- Lin, C. A. (1994a). Audience fragmentation in a competitive video marketplace. *Journal of Advertising Research*, 34 (6), 1-17.
- Lin, C. A. (1994b). Exploring potential factors for home videotext adoption. In J. Hanson (Ed.), *Advances in Telematics* (Vol. 2, pp 111-121). New York: Ablex.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Midgely, D. E. & Dowling, G. R. (1978). Innovativeness: The concept and its measurement. *Journal of Consumer Research*, 4, 229-242.
- Mitchell, S. (1994, February). Technology's best friends. *American Demographics*, p. 38.
- Perse, E. M., & Courtright, J. A. (1993). Normative images of communication media: Mass and interpersonal channels in the new media environment. *Human Communication Research*, 19, 485-503.
- Putting a byte in the gender gap (1994, December) *American Demographics*, p. 20
- Rafaels, S. (1986). The electronic bulletin board: A computer-driven mass medium. *Computers and the Social Sciences*, 2, 123-136.
- Reagan, J. (1987). Classifying adopters and nonadopters for technologies using political activity, media use and demographic variables. *Telematics and Informatics*, 4, 3-16.
- Reagan, J. (1989). *Technology adoption: Is satisfaction the best predictor?* Paper presented to the Midwest Association for Public Opinion Research, Chicago
- Reagan, J., Pinkleton, B., Chen, C. F., & Aaronson, D. (1995) How

- do technologies relate to the repertoire of information sources? *Telematics & Informatics*, 12, 10 - 17
- Reissman, J. (1990). Gender inequality in computing. *Computer literacy in Human services Education*, 3, 45 - 63
- Rice, R. (1984). *The new media*. Newbury Park: Sage.
- Rogers, F. M. (1995). *Diffusion of innovations*. (4th ed.) New York: Free Press.
- Sanberg, J. (1997, March 6). PC makers' push into more homes may be faltering. *The Wall Street Journal*, p. B2.
- Sparkes, V., & Kang, N. (1986). Public reactions to cable television: Time in the diffusion Process. *Journal of Broadcasting*, 30, 213 - 229.
- Steinfeld, C. W., Dutton, W. H., & Kovacic, P. (1989). A framework and agenda for research on computing in the home. In J. L. Salvaggio and J. Bryant (Eds.), *Media use in the information age* (pp. 61 - 86). Hillsdale, NJ: LEA.
- Trevino, L. K., & Webster, J. (1992). Flow in computer-mediated communication: Electronic mail and voice mail evaluation and impacts. *Communication Research*, 19, 529 - 573.
- Vitalan, N. P. Venkatesh, A., & Gronhaug, K. (1985). Computing in the home: Shifts in the time allocation patterns of households. *Communications of the ACM*, 28, 512 - 522.
- Yankee Group (1998). *Local Area Signalling Services*. Boston, MA: Author.

知识差距： 对媒体效果的分析性评论

塞西尔·加齐阿诺
(Cecile Gaziano)

在最早期的大众传媒研究中有两项发现，一是公众中有一部分人长期不能及时地获得信息。二是所受教育程度越高，对不同领域的知识掌握越多。引入知识差距的假说后，近来大量的研究和评论都支持这一假说。

这篇论文的目的是对研究知识差距的论据进行考察，并探讨是否有充足的证据证明知识差距与不同的教育水平有关，尤其要考虑到人们对媒体的接触程度。

知识差距的假说指 (Tichenor et al., 1970: 159 - 160): “随着大众传媒的信息进入社会体系的增多，人群中具有较高社会经济地位的那部分人比地位低的人会更快地接受信息，这两部分人的知识差距就会增加而不是减少。”

我们将时间分为某一点的和长期的，并以此做出预见。

1. 从长期来看，教育程度高的人比低的人要更快地获取经常被宣传的信息内容。

2. 从时间的某一点来看，受教育程度高的人更易获得经常被宣传的信息内容 (Tichenor et al., 1990: 165)。

在认为知识差距是由教育程度不同所带来的研究中，注意有

以下两个结论。一是，受教育程度越高，所获知识就越多，这在社会科学家中被认为是公理。^①二是，这种基于所受正规教育不同所带来的知识差距理论是有争议的。一些研究者认为，将教育程度作为研究中的变量影射了受教育低的人在能力上不如受教育高的人，这些研究者希望将研究重点转移到其他变量上。^②与这个趋势相一致的是，许多社会科学家对研究处于社会不利地位人群的社会问题已逐渐失去兴趣。这与政府对社会项目的兴趣减弱相一致。

研究中出现的知识差距这个概念有几种不同的意思。对以下两个意义进行区分是很重要的，一是指某一点时间上的差距，二是指有可能产生变化的长期的差距。另外，还要对这两个意义进行区分，一是知识差距指的是教育程度与知识的关系，并不包括媒体；另一个差距是由于对媒体的接触程度不同带来的差距。

知识差距的假说包括三个变量：在一个特定社会环境中的大众媒体的宣传程度、个人教育程度和个人知识水平。时间可作为第四个变量。接下来我们会对这些变量的关系做简要介绍。它包括许多对信息推广的研究和民意测验数据，因为这些研究的结果通常被引做知识差距或不存在知识差距的证据。在这里我们将阐述一些专门考察知识差距这一假说的研究。

我们要对具有相关数据的 58 种研究的许多不同特点进行分析，讨论其他相关的研究对这次分析做补充。我们会指出研究中的理论和方法上的差异，并从媒体对知识差距的影响上得出一些结论，以及一些有关产生知识差距条件的结论。我们会解释有些研究结论矛盾的原因，对以后有关知识差距的研究提出一些建议。

这项研究的背景材料

此部分简要描述带来这一假说发展的研究。

信息推广的早期研究

一些民意测验的结果使得海曼和希茨利 (Hyman and Sheatsley, 1947) 开始对阻碍公众中的部分人获得信息的问题进行探讨。他们提倡对这种“长期无法获取信息”的问题进行研究。

比如,在辛辛那提,人们进行了6个月介绍有关联合国的信息推广活动,但是,知道联合国的人还是很少,受教育程度高的人远比低的人易获得活动所宣传的信息 (Star Hughes, 1950),对1948年纽约埃尔米拉总统选举活动中有关对候选人的立场问题的了解上也得出了相似的结果 (Berelson et al., 1954)。

几项有关新闻宣传的研究认为,知识差距与教育程度有关 (Bogart, 1950-1951; Medalia & Larsen, 1958; Deutschmann & Danielson, 1960; Budd et al., 1966; Allen & Colfax, 1968; Adams et al., 1969; McNelly et al., 1968)。

相反,有两个研究发现了与之相反的差距,受教育少的人比受教育高的人更易对一个事件有所了解 (Larsen and Hill, 1954; Fathi, 1973)。比如,在西雅图对一个劳动团体进行采访,有更多的人 (93%) 听说了参议员罗伯特·A. 塔夫脱死亡的消息,这比大学中知晓的人数 (88%) 多,也许研究方法和其他因素对这个结果有影响。^①

当人们考察肯尼迪总统遇刺的消息时,发现所有的人都知道这个消息。当一个事件给国家带来重大影响时,所有媒体都会大量地、集中地、同时地对其进行报道,那么所有被采访的人都会知道这件事 (Greenberg, 1964)。^②这个发现被考察同样事件的其他六个研究所证实 (Spitzer and Denzin, 1965)。但是,当询问到遇刺的详细内容时,就会有人不了解,他们通常是蓝领工作者,住在收入较低的居民区,年龄较大,多是男性。^③斯皮策和登青提出了一种“不了解”假说,有点类似知识差距假说,他们对另外五个研究进行考察以支持他们的假说。

公共民意测验数据

公共民意测验数据显示, 知识水平与教育程度间存在正相关 (Erskine, 1962, 1963a, 1963b, 1963c; wade and schramn, 1969; Gallup, 1977; Douglass and Stacey, 1972), 这几乎很少有例外。鲁滨逊对一些测验数据进行研究, 得出结论, “想通过大众传媒来提高公众的知识水平是个天真的想法”。其他一些数据和研究也支持这个观点 (Robinson, 1972)。

知识差距的研究

蒂奇纳等人在 1970 年提出了正式的知识差距假说。有四个证据支持它: 1. 巴德等人对信息推广的研究发现 (1966); 2. 对三个有关科学问题的公共民意测验; 3. 对比两个社团的研究结果, 一个社团的一份报纸停工, 而另一个则未停工 (Samuelson, 1960); 4. 作者 1968 年在明尼苏达州的两个城市做调查, 看人们对媒体报道的医学、生物、社会科学的内容记忆多少, 并将其与报纸对这些内容报道的多少进行比较。

接下来, 研究工作组又研究在什么条件下人们对明尼苏达社区的一些问题的了解所存在的差距会扩大或缩小 (Tichenor et al., 1973; Donohue et al., 1975; Tichenor et al., 1980)。^⑥ 他们所做的研究对至少 14 个有关知识差距现象的调查带来影响,^⑦ 而且有几篇文章对这个研究也进行了批评。

在这里我们并未提到所有有关知识差距假说的研究, 我们对这些研究进行考察需要对媒体报道的程度进行比较。

在调查中, 除了蒂奇纳、多诺霍和奥列恩工作组将媒体宣传程度作为一个研究变量, 布朗 (1981) 和加齐阿诺 (1982) 也这样做。阿博特 (1978) 对一份报纸的信息宣传活动进行评价时, 对报纸的读者群和非读者群进行了对比。在印度希金和莫迪 (1976)^⑧ 的研究中研究人员将人们对媒体的接触程度作为变量。

热诺瓦和格林伯格(1979)比较了这两个题目的新闻事件的持续时间,弗里(1979)比较了人们对报纸的依赖性和对电视的依赖性。内梅克(1976)比较了城市和乡村的被采访者,前者在报纸上所看到的文章取自已建立的新闻来源,后者看到的文章更多靠的是未建立的新闻来源。

拜莱(1971)主要研究对某个问题的高度报道所带来的影响。纽曼(1976)对观看晚间电视新闻网的人进行采访。戈纳亨特(1976)以塞龙的四个村庄的居民做研究样例(调查中未包括非观看者),但并未衡量媒体对所研究的五个问题的报道程度。有人对有关其中两个问题的数据与早期的数据做了比较,两者都未衡量媒体的报道程度(Ryan, 1952)。^⑨

除了研究教育程度与知识水平的关系,布朗等人对动机和知识的关系也进行研究,他发现在宣传活动的帮助下,因动机不同所带来的知识差距较大,而教育程度不同带来的知识差距则不明显。在预见知识水平时,将兴趣与教育程度做比较后发现,对综合兴趣(个人兴趣加上社会兴趣)的衡量与教育程度一样,确实能预见实际知识水平,而且综合兴趣比教育程度更好地预见出知识结构(Genova and Greenberg, 1979)。^⑩研究者将组织宣传活动对知识差距的影响和报纸对知识差距的影响也做了比较(Gaziano, 1983a)。

其他支持性数据

在“分析部分”主要描述了在美国和其他国家的一些研究,这里的数据是有关因教育程度的不同而带来了知识差异。

在此还要提另一组相关的研究,是关于处于劣势地位的儿童。这些研究与此次分析有关,但未列入表中。包括科莱曼对儿童在校不同表现的调查报告,以及电视教育节目“芝麻街”(Ball and Bogatz, 1970; Bogatz and Ball, 1972)对其影响的报告。库克等人(1975)对后者的报告进行了批评,因为在衡量方

法和数据推论上存在错误，并且认为节目加大了处于优势儿童和劣势儿童间的知识差距，也曾向博加茨和鲍尔提出这个问题，利博特（1976）指出在研究设计中，不要认为他们之间是不存在差距的。^④

对知识差距假说的批评性评论

因为差距并不总是存在的，或者它并不总是加大，所以几名学者对有可能产生矛盾的结果的原因进行了讨论（Ettema and Kline, 1977; Brown et al., 1981），而且他们还试图找出差距有可能发展或变化的条件（Katzman, 1974; Ettema and Kline, 1977; Tichenor et al., 1973, 1980; Donahue et al., 1975）。

热诺瓦和格林伯格（1979）提出对原来假说的前提进行修改，也就是说差距产生在兴趣不同的基础上，而不是由于教育程度的不同。埃特玛和克兰（1977）提出了一种建立在动机不同基础上的假说。这可看做是另一种假说，因为教育程度、动机和兴趣都可以用来解释知识差异。而且它们在一定的条件下影响也不同，况且教育也可能与动机和兴趣有关。至少在两项研究中发现教育与兴趣是成正面关系的（Gaziano, 1983a, 1983b; Graber, 1978）。

某些人提出，这实际上是“传播效果差距”（罗格斯，1976）。这篇文章则认为这个差距不仅仅是信息差距或是传播效果差距。此证据可从社会组织和阶层的研究中得出，包括媒体的结构和其他信息传输体系。

克拉克和克兰（1974）对考察知识差距与教育程度关系的研究很关注，因为社会为了缩小知识差异，资源和政策都投向了学校，而不是大众媒体。

德尔万（1980）认为之所以知识差距假说会得到大量的支持，原因就是它所隐含的一个基本模式，这个模式指信源向接收者发出信息，接收者或获得信息或未获得，如果接收者未获得信

息，那是他的错。^④她认为知识差距并不是一个真实的现象，主要是传统的信源—接收者模式存在问题，学者们规定的有关衡量信息接收者的标准是不合理的。她认为传统模式背后的逻辑实证主义是错的，她支持社会科学理论的相对主义模式，这个模式强调要从信息的获取、使用和满足这些角度来考虑，所以从事这一研究方向的工作者是从接收者的需要来考虑信息的。

相反，一些对传统信源—接收者模式进行研究的工作者们将模式置于较大的社会、政治、经济组织的范畴中。例如，一项研究发现，对周围公共事件的了解所存在的差距与社会阶层有关，原因是受教育程度高的居民更有可能获得重要的信息来源（Gaziano, 1983a, 1983b）。詹克斯等人（1972）认为儿童在校表现的差异与多种不平等有关。诺瓦克（1977；246）帮助发展了一种用于传播研究的“资源分配方法”，他认为知识差距不仅与社会经济地位的差异有关，而且与“文化状况的差异和文化行为模式的差异”有关。其他研究工作强调了权力结构在对知识的管理和知识的不平等分配中起的作用（Olien, 1982；Tichenor, 1980）。

对知识差距数据的分析

此次分析囊括了所有可找到的研究，包括发表了和未发表的文章，在这些文章中，不管作者的原始动机如何，都有关于教育程度和知识水平关系的数据。参照的索引包括“读者指南”、“国际索引”、“城市大事表”、“传播摘要”、“新闻摘要”、“心理摘要”和“社会科学索引”。其他资料包括韦弗（1978）、泰尔达（1965）、戈雷利克（无日期）、弗雷泽（1981）。另外，我们列出了文章和段落的脚注和参考书目为以后的研究提供便利。^⑤

从知识差距的证据中得出的结论不一定是那些主流的研究者们提出的。我们就“前人的研究发现”进行分析，也就是，在某个时间点上是否存在知识差距还是没有知识差距，再有就是从长

期看它是否发生变化。有几项研究都涉及到了不止一项发现。

找出相关要素

根据罗格斯(1981)的提议,应该找出尽可能多的起作用的要素,在分析中当作研究变量。^④这些要素包括:日期和调查地点、样例规模、完成速度、调查人口类型、调查的设计方案(根据坎贝尔、斯坦利规定的标准,1963)、当时的衡量方法数量和数据收集的方法。还包括所考察的问题类型、所衡量的了解层次(仅仅知晓或深度了解)、对正在使用的知识的界定、考察的媒体类型、对教育和知识差距的操作性定义、对媒体宣传多少的估量和有关知识差距的发现(教育—知识之间关系的数据)。

首先依据以下的分类来讨论这些研究发现,再根据与知识差距假说有关的论据来讨论这些发现。这里的知识差距指在没有媒体的作用下教育程度与知识差距之间的正面关系。必要的话,对某一个时间点所衡量的知识差距和多次衡量的知识差距做对比。在文章的后部分我们要描述媒体对知识差距的影响。

调查的日期、地点和人口

在不同的地区(包括其他几个国家)、民族以及35年的时间里,都有有关知识差距的发现,这表明这些知识差距的发现对美国人和其他国家的人也有普遍意义。所以日期、地点和人口并不能解释这些差距。

样本的大小、完成的速度和设计方法

在各种研究中,无论其方法性强还是弱,都有知识差距的发现。尽管有些研究的抽样范围大,许多研究的抽样范围还是较小;有些调查或是完成速度较慢,或是根本没提自己的完成速度。一些研究只报道了一小部分抽样中的有关知识—教育的数据,一种是因为反馈的速度较慢,另一种是因为仅对抽样中的一

小部分存在理论上的兴趣，比如仅仅对电视新闻的观看者感兴趣。这些研究很难与那些大多数样本报告的数据加以比较。

在 58 个调查中，大多数都是一次性案例研究，而且他们中的大多数没有比较组。这种一次性调查无法衡量媒体的因果影响。调查结果告诉大家，知识差异的存在相对稳定。

相反，在研究中如果多次收集数据，人们发现，如果一开始真有差距存在，它会随着时间的推移缩小或没发生变化。不论衡量的时间间隔有多长，都会有此现象发生。然而，在这些研究中，可能还有其他的原因会解释差距的缩小。

数据收集的方法

对于数据收集的方法还没有得出结论，尽管在有关差距的不同报告（差距缩小、不变或无差距）中都采用了一些亲自采访技巧。

问题类型

通过对某些问题的考察，确实得出了几种促使差距发展和产生变化的条件

首先，当某些问题对社会经济地位较高的人更具吸引力，而不是地位低的人，差距就容易产生（Bailey, 1971; Bogart, 1950—1951; Wade and Schramm, 1969）。当教育程度低的人对某些问题有特殊的兴趣，他们也会与教育程度高的人一样掌握有关这个问题的信息（Erskine, 1962, 1963a; Neuman, 1976; Genova and Greenberg, 1979）。在一个职业群体中，是否被雇佣或是否是组织成员关系到某些传播变量，这比教育水平更能对知识产生影响（Bass and Hofstetter, 1981; Scherer, 1977）。

第二，在此次分析中，有关国际或国外某些问题的研究都提到了与社会经济地位相关的知识差距（Budd et al., 1966; Erskine, 1962, 1963b; Gunaratne, 1976; McNelly and Molina,

1972; McNelly, et al., 1968; Robinson, 1967, 1972; Star and Hughes, 1950)。

第二, 当考察与国家有关的问题时, 知识差距会不断发展变化 (Allen and Colfax, 1968; Budd et al., 1966; Hofstetter et al., 1978; Deutschmann and Danielson, 1960; Edelstein, 1973; Kraus et al., 1963; Erskine, 1962, 1963a; Atkin et al., 1976; McNelly and Deutschmann, 1963; Kent and Rush, 1976; Gunaratne, 1976; Clarke and Kline, 1974; Robinson, 1972)。

第四, 当考察的问题是本地的时, 结果会大有不同。在帕尔姆格伦 (1979) 的研究中, 教育程度能很好地预见到某人是否会了解国内的问题, 但是在预见是否对本地问题的了解时它就不起作用了。根据贝克尔、惠特曼 (1980) 的研究, 在有关国家的问题上, 教育程度与知识差距的关系比较明显, 在本地问题上就弱一些。蒂奇曼-多诺霍-奥列恩工作组提出, 如果一个本地问题得到了整个社区的关注, 知识差距就会缩小 (Donohue et al., 1975; Ticheno et al., 1980)。在四个有关本地问题的研究中, 这些问题对整个城市的居民很重要, 尽管研究中都发现了知识差距的存在, 但是所有的差距都不是很大 (Gaziano, 1982)。因此, 证据显示, 目前在有关国际或国家问题的了解上会存在知识差距, 但是如果有关本地的问题比较重要, 对它们了解的差距会很小或不会产生。

第五, 当人们将一些公共事件用公民阶层或课本上的词语记下来, 人们对其了解上的差异就与他所受的教育程度有关了 (Becker and Whitney, 1980; Rogers, 1965 - 1966; Fry, 1978; Gunaratne, 1976; Atkin et al., 1976; Kanervo, 1979; Wade and Schramm, 1969; Erskine, 1963c)。

第六, 尽管教育程度各异的人都会对健康问题感兴趣, 他们仍会存在知识差异 (厄斯金, 1963a; 蒂奇纳, 1970、1980; 盖洛普, 1977; 道格拉斯和斯泰西, 1972)。然而, 如果进行大范

围的有关心血管健康的宣传活动，就会缩小原有的知识差距（Brown et al., 1981）。

对实际操作中的知识下的定义

对于推广的研究中前后不一致的发现，另一种解释是，在这些研究中，测量知识的方法存在问题。比如，法蒂（1973）、拉森和希尔（1954）提出，在抽样采访中，受教育较少的人比教育程度高的人更易获得信息。这与其他的一些研究结果相矛盾。原因可能是，对人们知识的测量以采访的时间为准，或是以晚间新闻公布的时间为准。如果采访的时间再晚一点，结果可能会有所不同。另外，在采访两个社区和报纸停工的时间上存在差距，也会对拉森和希尔的研究有影响。在推广研究中，当事件发生后的某个时候进行采访时，就会发现在受教育不同的人群中存在获知差异（Bogart, 1950—1951; Levy, 1969; Medalia & Larsen, 1958）。与这一发现不同的就是格林博格（1964）和其他人（Spitzdr and Denzin, 1965）做的研究，对有关肯尼迪遇刺的消息，所有的被采访对象都知道这件事。这件与众不同的事得到了媒体的同时报道，它对整个民族都产生深远的影响。然而，在一项研究中，当考察人们对事件的深度了解时，却存在着与社会经济地位有关的知识差异（Spitzer and Denzin, 1965）。

对知识考察的另外一种想法是，通过运用开放式问题使得采访对象用自己的话来解释所提出的问题，这种方法并不一定导致无知识差距的发现（Edelstein, 1973; Benton & Frazier, 1976; Gaziano, 1982, 1983a, 1983b; Clarke & Klune, 1974; Palmgreen, 1979）。在帕尔姆格伦的研究中惟有他运用了这一方法，并提出学校正规教育对知识的影响不大或没影响，但这个研究结论只在对本地区问题的了解上成立。然而，埃德尔斯斯坦提出，他确实相信这种方法在研究中减少了知识差异。另外，在其他四个运用开放式提问的调查中，教育程度与知识水平的关系并不明显。

第三种想法是，长期使用同样的衡量知识的方法也会影响研究的发现。在研究中，如果每一次考察知识的问题是一样的，或者对知识衡量的范围是一样的，那么就会发现在知识差距上并没有产生变化（Abbott, 1978; Star & Hughes, 1950; Bogart, 1957-1958），或是发现知识差距有所缩小（Galloway, 1977; Bailey, 1971; Brown et al., 1981; Douglas et al., 1970）。有一项研究就指出在两个不同时间的抽样调查中都没发现知识差距（Shingi and Mody, 1976）。对于同一调查问卷，调查的时间不同，对问题的回答也不同：其中五个问题的回答显示知识差距有所增加（Tichenor et al., 1970; Erskine, 1963c），三个问题显示知识差距有所减少（Erskine, 1963a, 1963b, 1963c）有一个问题显示知识差距没有变化（Erskine, 1963c），还有一个无法衡量，因为对受教育程度的分类不同（在同一题目上，道格拉斯和斯泰西、1972 与盖洛普、1977 相比）。在一个案例中，六个项目中两个是一致的（Genova and Greenberg, 1979）。

从研究中不同时间收集的数据来看，知识差距没有产生变化或是有所缩小；然而，也许由于衡量的知识范围有限，导致这些发现的原因也许是天花板效应。最有知识的人不会有什么进展，而知识少的人则会赶上来。另外三项研究通过不同时间提出不同的问题来衡量人们的知识，或是通过任何准确的陈述来衡量对知识的掌握；但是在这两个研究中对知识差距是否产生变化并不清楚（Becker et al., 1978; Miller and MacKuen, 1979）。在第三项研究中，蒂奇纳、多诺利、奥列恩所进行的一个研究显示（Tichenor, 1973, 1980; Donohue et al., 1975），知识差距随着时间的推移有所减少，原因是受某些特定的条件影响：1. 与事件有关的冲突较大；2. 报纸的报道多（1973）；3. 人们对事件的讨论多（1980）；4. 社区的社会结构的单一性与复杂性；5. 事件对社区较重要；6. 随着时间的推移，公众对事件的关注减少（1975）。

研究的媒体类型

对媒体的严格衡量也会使我们更好的了解减少知识差异的某些条件。比如，当一份报纸长期的对某个问题做重点报道，读者不管教育程度如何，都会对这个问题有所了解，也就是说，同样具有小学文化的人，读报的人就会比不读报的人掌握更多的知识 (Brinton & McKown, 1961; Abbott, 1978)。蒂奇纳-多诺霍-奥列恩 (Tichenor et al., 1973) 工作组的研究告诉我们，对本地事件的报道多也会缩小知识差距。对周围事件报道多的话，也会缩小知识差距 (Gaziano, 1982, 1983a)。如果报纸对固定新闻的来源依赖较大，就有可能扩大知识差距，如果对非固定的新闻来源依赖较大，就可能缩小差距，尽管城乡差异也可能是其解释变量 (Nnaemeka, 1976)。

第二，电视也可以用来衡量人们的知识水平。尽管在一个电视网新闻的实验中并没有验证以上的说法 (Stauffer et al., 1978)^⑤，但是从电视网新闻的两个现场调查结果看，对这种说法表示支持，(Neuman, 1976 and Gantz, 1978, 他们报告了看电视新闻的被调者不同小集团的情况) 尽管受教育高的人会常看电视里播放的竞选总统辩论，但是受教育少的人在参加辩论时所显示的知识所得并不比受教育高的人差 (Miller & MacKuen, 1979; Becker et al., 1978)。尽管在对 1976 年辩论的第三次调查中，知识差距不明显，但是此次调查并未对单位信息所得进行衡量 (Bishop et al., 1978)。^⑥将电视引入挪威农村省份，可能会促进人们对全国政治领袖形象的认识 (Torsvik, 1972)。在发展中国家，电视论坛会减少知识差异 (Galloway, 1977)。

我们对人际交往对知识差距的影响了解不多。人与人之间对本地问题的广泛讨论会缩小知识差距 (Tichenor et al., 1980)，但是，如果过分依赖不如媒体准确的人际间的信息来源，会削弱对知识的了解程度 (Spitzer and Denzin, 1965)。

缺少媒体的报道，比如一份报纸停工，会导致知识差距 (Samuelson, 1970 引用)。如果公众长期对某些问题不关注，就会减少知识差异 (Tichenor et al., 1980; Donohue et al., 1975)。

相反，如果几种媒体集中对任何事件进行报道，即使教育程度不同，人们对其了解程度也会提高。这在总统遇刺的事件上尤为明显 (Levy, 1969; Greenberg, 1964)。在利维的抽样调查中，公众能回忆起三位公共人物的遇刺通常是因为媒体的报道较多，要是人们较少回忆起遇刺事件，常常就是由于媒体的报道较少。一个宣传活动会减少受教育程度不同人之间的知识差异 (Brown et al., 1981)，尽管另外有三个宣传活动从根本上并未对知识差异有任何改变 (Star and Hughes, 1950; Abbott, 1978; Bogart, 1957—1958)。还有，一个宣传活动对一个团体的态度起到既定方向的影响，但是并未对其知识程度产生影响 (Douglas et al., 1970)。^①

对教育程度的衡量

在实际操作中，我们无法对教育程度的定义进行考察，因为仅有四个研究给出了进行准确衡量的信息。^②在其中的一个研究，将教育程度看作一个连续的变量，尽管研究者把它分成六类 (Genova and Greenberg, 1979)。其他的两个研究将有关教育的数据分类进行分析 (Kent and Rush, 1976; Nnaemeka, 1976)。仅有一个研究将教育程度作为一个真实的连续变量来衡量 (Kanervo, 1979)。^③

在实际操作中有关知识差距的定义

衡量知识差距的主要办法是：1. 受教育较高和最高的人的平均知识得分与受教育低至最低的人的平均得分的差，用减法来计算或用方差进行分析；2. 两个或多个受教育不同的群体对任何问题的了解差异，通过减法来计算或进行卡方分析；3. 教育

程度与知识水平的相关系数。其他的指标有，在路径分析中的路径系数，在回归分析中的 beta 值，和对社会经济地位较高的团体与较低的团体的比较。

知识差距证据的考察

知识差距假说认为，如果媒体报道加大，社会经济地位高的人比地位低的人会较快的获得信息，这样社会阶层之间的知识差距会增加而不是减少。要把一次性数据得出的论据与多次衡量得出的论据分开考察。

总结：在一次性研究中媒体对知识差距的影响

因为在对媒体的衡量方法和有关宣传程度的问题上，各项研究的分歧很大，所以在将研究根据媒体报道与知识差距的关系分类后，只能对这些研究进行粗略的考察（见表 1）。在研究中所考察的大多数问题或是得到一般的宣传，或是得到高度的宣传。

表 1 一次性测量中，各研究题目通过媒体宣传或报道
对知识差距的发现^a

发现的情况及宣传量	研究者	课题的数量	总计
I. 发现了差距			
A. 高度的宣传	1. Allen and Colfax (1968)	1	8
	2. Berelson, <i>et al</i> (1954)	1	
	3. Branton and McKown (1961) ^a	1	
	4. Hofstetter, <i>et al</i> (1978) ^b	1	
	5. Kraus, <i>et al</i> (1963) ^c	1	
	6. Medalia and Larsen (1958)	1	
	7. Robinson (1972)	1 ^d	

发现的情况及宣传量	研究者	课题的数量	总计
	8. Spitzer and Denzin (1965)	1	
B. 中高度的宣传	1. Adams, et al (1969)	1	10
	2. Atkin, et al (1976)	1 ^{*,*}	
	3. Benton and Frazer (1976)	1	
	4. Bogart (1950—1951)	1	
	5. Budd, et al (1966)	2	
	6. Edelstein (1973)	1	
	7. Kent and Rush (1976)	1	
	8. McNelly and Deutschmann (1963) ^c	1 ^{*,*}	
	9. Bishop, et al (1978) d	1	
C. 一般的宣传	1. Levy (1969)	3	6
	2. McNelly, et al (1968)	3	
D. 低度的宣传	1. Becker and Whitney (1980) ^{a, i}	2	2
	2. Fry (1979) ^e	(1)	
E. 宣传的多样性	1. Gaziano (1982) ^g	4	11
	2. Nnaemeka (1976) ^h	3	
	3. Palmgreen (1979) ^j	1 ^{*,*}	
	4. Tichenor, et al (1970) ^{i, h}	2 ^{*,*}	
	5. Tichenor, et al (1973, '1975, '1980) ^L	1	
F. 媒体报道的多样性	1. Stauffer, et al (1978)	1 ^{*,*}	1

发现的情况及宣传量	研究者	课题的数量	总计
G. 媒体宣传量 或报道量未知	1. Clarke and Kline (1974)	1**	45
	2. Deutschmann and Danielson (1960)	3	
	3. Dougless and Stacey (1972)	1	
	4. Erskine (1962, 1963a-c)	26	
	5. Gallup (1977)	1	
	6. Gunaratne (1976)	5	
	7. Kanervo (1979)	1**	
	8. Lounsbury, 정 일 (1979)	1	
	9. McNelly and Molina (1972) ^m	1**	
	10. Robinson (1967)	2	
	11. Rogers (1965—1966)	1**	
	12. Wade and Schramm (1969)	2**	
<hr/>			
II. 发现无差距或 很小的差距			
A. 高度宣传	1. Levy (1969)	3	3
B. 宣传的多样性	1. Palmgreen (1979) ⁿ	1**	1
C. 所有被调查者 都接触到宣传	1. Ganiz (1978) ^p	1**	2
	2. Neuman (1976) ^{h,r}	1**	
D. 媒介宣传量或 报道量未知	1. Deutschmann (1963) ^q	1**	7
	2. Erskine (1962, 1963a-c)	6	
<hr/>			
III. 发现了“相反 的”差距 ¹			
A. 中高度的宣传	1. Fathi (1973)	1	2
	2. Larsen and Hill (1954) ^o	1	
B. 低度宣传	1. Buss and Hofstetter (1981) ^r	1	1
C. 宣传的多样性	1. Nnaemeka (1976) ^h	1	1
D. 所有被调查者 都接触到宣传	1. Neuman (1976) ^o	1	1

对表 1 的注释:

* 一些研究报告的题目不止一个,发现有所不同;因而一些研究不止一次地被列入本表。

* * 题目被界定得相对宽泛。

a 在各受教育程度的小组内,读报的人比不读报的人有更多的知识。

b. 媒体利用高度地与获取信息相关,特别是在受教育程度低的和中等的组中是如此。

c. 不论媒体的报道量如何,都出现了差距。

d 为分组研究提供的数据,但获得的知识却未测量?数据是为一次性测量调查的。

e. Beecker 和 Whitney (1980) 以及 Fry (1979) 对相同的数据报告了不同的方面。

f. 在全国问题上比地方问题上发现了更大的差距,不论因变量是电视或是报纸。

g. 对照不吸引人的问题,在那些组织得很活跃的问题上发现了较大的差距,当宣传很多时,那些地方小报在缩小了解知识的差距方面发挥了作用。

h. 在高度和中高度的宣传时,在城区把报纸作为信息来源的抽样中,发现了较大的差距;在郊区中不那么把报纸作为信息来源的抽样中,发现差距较小或相反的差距。

i 不论宣传程度如何,在全国问题上都出现了差距。(参见注释 n)

j 虽然 Tichnor 等人 (1970) 的研究中包括了 Budd 等人 (1966) 的研究发现,但在本表中,说明的证据是 Budd 等人所分类开列的那些。

k 宣传越多,在回忆报上文章方面的差距就越大。

l 宣传越多,当对几个社区进行比较时,差距就越大。

m. 教育程度很好地预示了高 SES 层次,媒体利用则较好地预示了低 SES 层次的知识情况。

n. 不论媒体宣传的量如何,在地方问题上没有发现差距。(参看注释 i)

p 结果仅基于抽样中看电视新闻的那部分人。

r. 对于独立回忆者和有细节提示的回忆者只有微小的差距。(参看注释 w)

s. 是对文盲和非文盲之间的比较,不是教育程度之间的比较。

t “相反”的差距指的是较少受教育的人对问题所了解的知识比较多受教育的人要多。

u. 见文章后面的注释 3。

v 在预示知识情况方面,与受雇相关的变量要好于受教育的变量。然而,在 4 种受教育程度的钢铁工人中,差别的平均值并不大。

w 在进行非细节提示的人中,发现了相反的差距。(参看注释 p 和 r)

在一次性案例研究中，大量的证据是知识差距与所受正规教育程度不同有关。在某些例子中，媒体的或高或中度的报道会缩小知识差距，但是所考察的问题的类型以及问题涉及的地理范围有多大，对知识差距存在的发展和缩小都起到重要的作用。在一次性的研究中对知识差距的发现，并不一定意味着是媒体的宣传加大了社会不同阶层的知识差距。上面讨论的许多有关教育与知识差距的关系都不是很明显（比如 *pearsian* 的相关是 .24）。对这种不太明显的关系，研究者们相反会觉得差距在缩小，但是对一次性的研究来说，是不允许得出矛盾的结论的，即在媒体的高度宣传下，知识差距或是增加或是缩小。

对于一次性研究中的媒体宣传可作以下几种试探性总结。首先，在媒体高度报道的情况下，所得出的结果是比较复杂的。如果报纸对某一问题进行大量报道，读者比非读者就会对此问题了解多，不管他们的教育程度有什么差别（Brinton & McKown, 1961）。报纸对本地新闻的大量报道也会导致差距的缩小（Donohue et al., 1973）。当媒体报道全面、持续、集中，人们对事件了解的差距上就会缩小或消失（Greenberg, 1964; Levy, 1969; Erskin, 1962, 1963a, 1963b, 1963c）。然而，即使媒体对某一问题进行持续的集中报道，对此问题的深度了解也会存在与社会经济地位有关的差距（Spitzer and Denzin, 1965）。另外，在对高度报道的问题和事件的调查中，也提出了存在知识差距，但是这些问题通常是有关医学、生物或社会科学（Tichenor et al., 1970）或是国家和国际的问题（Edelstein, 1973; Erskine, 1962, 1963a, 1963b; Douglass and Stacey, 1972; Berelson et al., 1954）。在相对报道较多的国家问题的调查中，所发现的知识差距不大（Deutschmann and Danielson, 1960; Clarke and Kline, 1974; Bishop et al., 1978; Genova and Greenberg, 1979）。

其次，在媒体报道少的情况下结果也复杂。如果一份报纸停

工，知识差距就会有所加大 (Samuelson 1960)。随着时间推移，媒体对本地事件的关注降低，知识差距就会缩小 (Donohue et al., 1975)。当媒体报道的程度以及报道问题的地理范围上不同时，媒体报道的程度与知识差距无关，而问题的地理范围则对知识差距有影响，人们对国家问题的了解差距会加大，而对本地问题的了解上则不存在差距 (Palmgreen, 1979)。在一项研究中，报纸对本地新闻的报道程度不同，如果报道的多，人们对其了解的差距就小，如果报道的少，差距就大 (Gaziano, 1982)。当对某一媒体的依赖性不同而且媒体的关注又低时，对本地问题的了解与教育程度关系不大或根本没关系，在国际问题的了解上则关系较明显 (Becker and Whitney, 1980)。在一项现场实验中发现，对医学、生物和社会科学的报道越多，人们对这些问题的记忆上存在的差距就越大 (Tichenor et al., 1970)。

当比较媒体报道与不报道相比较时，一些证据表明媒体的报道会缩小知识差距。在秘鲁和委内瑞拉的社会经济地位较低的被采访者中，与教育程度相比，媒体的报道可以更好地预见到他们是否对外国和公共事件有所了解 (McNelly and Molina, 1968; Kanervo, 1979)；在哥伦比亚的农村里，媒体的使用和报道会促进对公共事件的了解 (Rogers, 1965—1966; Deutschmann, 1963)。在每次全国的抽样调查中，媒体的报道促进了人们对政治信息的了解，尤其是对教育程度中等或低的被采访者来说 (Hofstetter et al., 1978)。相反，在对放射性核泄露事件的了解上，不管媒体的报道有多少，对它的了解都存在差距 (Kraus et al., 1963)。在两项研究中发现，收看电视新闻会缩小差距，尽管研究者没对不收看电视的情形进行研究 (Neuman, 1976; Gantz, 1978)，不过在—项实验中发现了差距的存在 (Stauffer et al., 1978)。人们已经注意到，与前面所讨论的研究相比，对电视观众的研究是有限的。

从媒体的依赖性上进行研究时，弗里 (1979) 与贝克、惠特

尼(1980)一样对同样的数据进行了考察,得出这样的结论,对报纸的依赖越大,对公共事件的了解上存在的差距越大(从统计数据上看,这个差距并不明显)。在对电视依赖性强的被采访者中,不存在知识差距。从布林顿和麦克斯(1961)的数据上也可对比一下读者与非读者:读者中对往自来水中加氟的了解上的差距比非读者群要小。另一方面,有关联邦预算赤字和核冷冻问题的数据表明,读者群比非读者群的知识差距要大。(对电视观众而言,结论要看问题而定,与非观看者相比,对国家预算赤字的了解在观看者中差距要大,而对核冷冻的了解上非观看者中差距较大。)^⑨对某一职业的一项调查(钢铁工人)发现雇佣和不被雇佣这个变量比教育程度更与知识差距有关系(Buss and Hofstetter, 1981)。因为雇佣可使得被采访者与人际交流网相连。

总结:媒体对差距的长期影响

在多次的不同时间里进行的抽样调查(在表2中列出)中,有四个报告显示,在美国的某些特定条件下,受教育高和低的人之间知识差距有所减少(Tichenor et al., 1973, 1980; Donohue et al., 1975; Miller and MacKuen, 1979; Bailey, 1971; Becker et al., 1978)。与古纳拉特(1976)的数据比较时,瑞安(1952)的一部分数据则显示差距增加,尽管在注解9中指出了这个比较的局限性。多次的民意调查问题则得出了相反的结果:对五个问题的了解差距有所增加(Tichenor et al., 1970; Erskine, 1963c),三个问题的了解差距减少(Erskine, 1963a, 1963b, 1963c),有一个未变(Erskine, 1963c)。蒂奇纳等人(1970)指出,媒体对他们所研究的问题的报道有所增加,但是媒体对于厄斯金研究问题的数据却未增加。

在调查中通过使用讨论小组或将讨论小组与其他方法合在一起,允许对因果关系进行推论,有四个调查显示在特定的条件

下，在美国，知识的不平等有所减少，除非像其他的学者认为的那样（Brown et al., 1981; Douglas et al., 1970; Galloway, 1976, 在发展中国家; Genova and Greenberg, 1979）。有一个调查显示知识差距在长期以来没变化（Star and Hughes, 1950; Bogart, 1957—1958, 在希腊; Abbott, 1978）。有一个报告显示在两个衡量方法中不存在差距，这个报告主要是针对发展中国家的农民电视俱乐部（Shingi and Mody, 1976）。

表2 多次性测量中，各研究题目通过媒体宣传或报道
对知识差距的发现

发现的情况及宣传量	研究者	课题的数量	总计
I. 发现差距在增大			
A. 高度的宣传	1. Abbott (1978) ^a	1	1
B. 中高度的宣传	1. Genova and Greenberg (1979) ^b	1	1
C. 宣传似乎一直在增加	1. Tichenor, <i>et al</i> (1970)	3	3
D. 媒体宣传的量	1. Erskine (1963c)	2	4
	2. Gunaratne (1976) ^c	2	
II. 发现差距在缩小			
A. 中高度宣传	1. Bailey (1971) ^d	1	3
	2. Genova and Greenberg (1979) ^e	2	
B. 宣传的多样性	1. Brown, <i>et al</i> (1981) ^f	1	10
	2. Douglas, <i>et al</i> (1970) ^g	1	
	3. Tichenor, <i>et al</i> (1973, '1975, '1980) ^h	8	
C. 报道的多样性	1. Galloway (1977) ⁱ	15	15
D. 媒体宣传量或报道量未知	1. Erskine (1962, 1963a, 1963b)	3	3

发现的情况及宣传量	研究者	课题的数量	总计
III. 发现差距没有改变			
A. 高度宣传	1. Abbott (1978) ¹	1	2
	2. Star and Hughes (1950)	1	
B. 中高度宣传	1. Genova and Greenberg (1979) ^h	1	1
C. 一般的宣传	1. Bogart (1957—1958) ^L	1**	1
D. 媒体宣传量或报道量未知	1. Erskine (1963c)	1	1
IV. 在时间 1 或时间 2 未发现差距			
A. 所有题目都在媒体上报道	1. Shungi and Mody (1976) ^m	2	2
V. 差距可能缩小, 证据不清			
A. 中高度宣传	1. Becker, et al (1978) ⁿ	1	1
	2. Miller and MacKuen (1979) ^p		
	3. Bishop, et al (1978) ^r		

对表 2 的注释:

* 一些研究报告的题目不止一个, 发现有所不同; 因而一些研究不止一次被列入本表。

* * 题目被界定得相对宽泛。

a 如果在一年的报纸宣传活动中, 被调查者未读报上的任何文章, 差距增大。(参见注释 j)

b 在 10 天内, 对一条持续时间相对短的事件新闻, 该事件的“结构性”知识的差距有点增加。(参见注释 e 和 k)

c. 对于 Gunaratne 样本中的一个小组, 他的 2 个题目与 Ryan (1952) 的数据是可比的, 这种比较带有一些局限性。见本文后的注释 9。

d 在 6—7 周之内, 与受教育较多的被调查者相比, 受教育较少的收获略多。

- e. 在 10 天内的时间 1 和时间 2 之间, 两个题目的“事实性”知识的差距减少, 在事件的持续方面有差距。(参看注释 b 和 k)
- f. 在一个收到宣传活动的社区内, 知识差距在时间 1 和时间 3 之间弥合了 (在两个 20 周的信息宣传活动之后), 相比之下, 未收到宣传的社区, 这种差距未弥合。
- g. 差距缩小了, 因为在一个小社区内长达 8 个月的宣传活动中, 受教育程度低的群体获得了知识, 而受教育程度高的群体减少了知识。给出的数据是与没有宣传活动的社区相对照的, 但是这个社区的问卷回复率只有 44%。
- h. 在冲突大、报纸大量报道、讨论激烈和社区是同质性社区的情况下, 被调查的问题又是社区关注的一个基本问题以及公众对问题的注意力减退时, 关于地方问题的知识差距减小。
- i. 虽然结果复杂, 但是在印度一个有收音机、报纸和可以讨论场所的村子里, 差距呈现减小的趋势。很明显, 在一个未有收音机、报纸和可以讨论场所的村子里, 差距未减小。
- j. 如果被调查者在一年的报纸宣传活动中从未读过报上的文章, 差距未增加或未有微小的增加。(见注释 a)
- k. 在 10 天的测量期中, 在一个报道时间相对长的事件的“结构性”知识差距方面, 未有大的改变。(参见注释 b 和 e)
- l. 在希腊一个接收到宣传活动信息的社区, 差距未改变。一个没有宣传活动信息的社区的差距数据未报告。
- m. 在印度, 对由参加电视俱乐部农民构成的小样本的测量时, 也未发现在 SES 差异上的知识差距。对另一村没有电视俱乐部的农民, 只在时间 1 进行了测量, 未在时间 2 进行测量。
- n. 较少受教育的人获得了 1976 年总统大选辩论的信息, 但获得的量不清楚。
- p. 所有被调查者都获得了 1976 年总统大选辩论的信息, 但受教育程度不同的各群体所获得的量不清楚。
- r. 这些研究者也研究了 1976 年总统选举的辩论, 发现的知识差距是基于受教育方面的差异, 但当时获得的知识未被测量, 他们的数据显示在表 1 内。

最近有一个研究, 在知识差距上进行了多次衡量, 这在前面分析中未提到, 它分别为我们提供了在报纸和电视作用下的知识差距的证据 (Myo, 1983)。这个研究是在随意挑选出的美国威斯康星州的孩子和父母中做抽样调查的, 对三次采访 (竞选 9 个

月前，竞选1个月前和一年后）中父母对1980年的总统竞选活动的深度了解做了报告。第一次调查中的知识差距到了第二次调查时有轻微的减少（从统计数据上看不明显），到了第二次调查时则没变化。^②经常读报的被采访者比经常看电视的人知道的事更多，这个发现对受教育程度不同的人群都成立。对受教育程度不同的群体来说，当媒体的宣传活动加强时，第一次和第二次调查时读报和看电视的人之间的知识差距减少，如果宣传减弱的话，到了第三次调查时差距就有所增加。^③

顺便提到，库克等人（1975）对“芝麻街”的数据又重新进行了分析，他发现在处于有利和不利地位之间的儿童在学习上差距有所加大。库克指出，在博加特和鲍尔（1970，1972）的研究中他采取的自变量不是对这个儿童节目的收看而是对收看的鼓励。另一个对“芝麻街”的研究则确实将对节目的收看作为自变量，发现在处于有利和不利地位之间的儿童在学习上的差距有所增加（Minton，1972）。

多数进行多次衡量的证据并不支持这个假说，不同意媒体宣传越多，知识差距就越大。相反，证据倒支持如果媒体宣传多，知识差距会缩小或是不变。然而我们也要注意以下几个问题。首先，由于每一次的问题相同，上面所谈到的“天棚效果”就会与差距缩小这个发现混淆在一起（Erskine，1962，1963a，1963b，1963c；Galloway，1977；Bailey，1971；Brown et al.，1981；Douglas et al.，1970）。（在三个调查中，每一次的问题都一样会发现差距没产生变化）第二，在知识差距的缩小上，问题的种类和涉及的地理范围起到很重要的作用。第三，有几个特殊的条件看来会影响有关差距缩小的发现，比如某个事件有冲突、与事件有关的组织活动多，个人的动机、兴趣和社会结构的类型。

讨论和总结

在所考察的 58 个报告中，大多数报告都支持这个命题：教育程度越高，对不同问题的了解越多。但对知识差距这个假说而言却不是这么回事。它需要与媒体的宣传程度进行比较。

在一次性的研究中，人们不断发现知识差距并不太明显，这表明媒体宣传对缩小原来较大的知识差距起到一定作用。然而，人们还没有得出很确切的论断：也就是在一次性的研究中媒体报道多和少的效果到底怎样。

从总体来看，对一个时间段的研究告诉我们媒体报道增加会缩小差距，但还有其他几个因素起着同样或更大的作用。

在一次性的研究或一个时间段的研究中，与知识不平等有关的、经常遇到的要素是所研究问题的类型和涉及的地理范畴。存在知识差距的问题有国际问题、国家问题、社会经济地位高的人更感兴趣的问题和教科书上讲的或公民阶层所了解的概念化知识。当问题是有关地区的，并且更吸引社会经济地位低的人时，知识差距较小或少有发生。

在推广的研究中得出了前后不一致的结果，也就是受教育少的人比多的人对事件的了解较多，这种情况一般发生在采访的时候和首次新闻播放的晚上。如果采访的时间再晚一些，结果可能不同。

另外，使用开放式提问，使回答者可用自己的话来解释他所了解的知识，并不一定会带来知识差异不存在这个发现，也许会比使用其他方法时所产生的差距小。

没有影响到研究结果的要素有所涉及的人群、研究的方法、研究的日期、地点和实际操作中对知识差距的定义。然而，与对问题的仅仅了解相比，在有关深度了解的研究中结果会不同 (Gaziano, 1983a)。

不论何时对研究做比较，一定要注意衡量方法的不同、概念的差异以及研究发现产生在什么样的特殊的条件下。^③

研究中所得出的发现是否有可比性也是个重要的问题。如果得出的结果有矛盾，可能因为衡量的是不同的现象，对了解的定义也不同（比如，深度了解和仅仅了解）。即使知识的类型是相同的，提问的措词或衡量方法也会不同（比如，一项研究可能使用一套16个知识条目，而另一个则使用开放式问题）。所研究的媒体也会不同，比如对媒体接触的衡量方法不同——使用、接触频率、所有者、信息是否带有歧视性，等等。另一个困难是，不仅对教育的衡量方法通常在研究中未给出解释，而且没有一个标准的方法来衡量它。

抽样调查中需要比较的某些部分也会不同。有时会依据一个抽样调查中的一小部分得出了研究发现，比如抽样中有14%的人是电视收看者，而有些结果是依据抽样中的大多数得出的，所以他们就不能进行比较。另一个问题是许多作者根本未提抽样调查的反馈速度。

调查的人也会有所不同。随机的抽样调查通常取自电话簿、注册的投票人和农夫，由于调查的人群不同，得出的数据也不同。这种抽样调查与在成年人中非读者进行有目的的抽样调查不同。在对社会经济地位不同的团体进行比较中所得出的结果，与基于不同教育程度或社会经济地位的个人所得出的发现是不能进行比较的。

最后，在比较有关民意测验的数据时，比较复杂的因素有问题的顺序，前面问题的特点和抽样调查方法的差异（比如早期的配额抽样和后来使用更复杂、更具代表性方法的抽样调查）。

有关知识差距的实验数据有很多，所以，我们认为对媒体宣传作用下的知识差距有了较多的了解。在有关知识差距与教育程度的研究中，很少有将大众媒体对事件和新闻的报道作为一个变量。尤其是，当媒体对问题的报道随时间推移变化时，教育程度

与知识的关系会有什么变化，这方面研究很少。

对未来研究的思考

如果学者对未来的知识差距研究感兴趣的话，我们提出以下几点意见供参考：

1. 因为在媒体对知识差距的影响这方面了解很少，所以研究者不仅要多次进行衡量，而且为了显示媒体对差距直接有因果关系的影响，也需要进行小组座谈（或者结合其他，比如所罗门四组的研究方法）。从56个对报纸效果的研究分析中所得出的结论也强调了这一点（Weaver, 1978）。

2. 未来对知识差距的研究应系统地对媒体的宣传进行区分。^②

3. 在两次衡量之间的时间也要作为一个变量。大量的报道会促进人们从媒体获得对问题的了解，但是竞争中的信息以及人们遗忘的过程也会使知识差距有所改变。媒体对不同问题的关注处于变化中，而差距也会随时间不断进行变化。

4. 对知识的衡量，尤其在所得知识的认识上也存在一些问题。研究者对1976年总统辩论这个事件做过一个小型的实验来考察人们对其的了解，研究者们也谈到有许多类似困难（Graber, 1978）。另外，学者也希望了解，在过去研究中对知识的定义有什么差异，从中选出最符合他们研究问题的定义。他们希望避开课本那种的知识定义，更喜欢使用开放式问题，这样可以使被采访者用自己的方式来界定知识。如果需要对间隔的数据进行统计分析，研究者会将知识与教育的测量作为持续性变量（这并不排除会将他们当做分类变量）。同样的，通过两次以上对人们进行含10项内容的知识测验，也会帮助研究者衡量人们的知识所得；然而，这对所考察的知识产生了限制。有许多问题事实上是很复杂的，从理论上讲，它是无限度的，或者是它太复杂了很难限制它。^③另外，即使对这套题目的回答显示了知识差距

的缩小，可能对此项问题的其他方面的知识差距会增加。在含10项确定内容的问卷中，知识不得不受到限制，不过这可解释为是某个信息宣传活动的目的。但是在其他的情况下，比如一个复杂的问题，对知识进行限制就不合理也不实际了。

5. 与对知识的深度了解相比，仅将知识作为对问题的浅层了解来衡量可能会产生不同的结果。在格林伯格（1964）的研究中，他衡量人们对肯尼迪总统遇刺的浅层了解，在斯皮策和登育（1965）的研究中，他们衡量人们对其的深度了解，他们的研究发现是不同的，这也说明了上面一点，就如加奇阿诺的研究一样（1983a）。

6. 除了教育程度以外，还有其他变量也会影响到知识差距，因此也值得研究，但是这些变量可能与教育的差异有关。人们发现教育程度与兴趣有关（Graber, 1978，对总统本来的兴趣有关，所持观点参看 Schreiber, 1978），与行为也有关（Werner, 1975，购买电视上广告的有关儿童的书）。

7. 因为教育程度常与知识呈正相关，一些学者想从几个有优势的方面来探索这个关系。一个是对这个关系进行解释（参看 Samuelson, 1963; Palmgre 1979; Childers with Post, 1975; Tichenor, 1970）。另一个是来自这样的观点：因为社会进程比较稳定，社会结构变量就会常常预言人们的行为。但是某些情况和事件也会干扰这些社会进程。在这种情形下，媒体所起的作用就不会受到社会结构变量的制约（Davis, 1977）。

另外，知识差异取决于信息活动和信息传递系统是如何组织的。在发展中国家的健康和农业推广项目的确立中，不是对穷人有利，而是为富有的农民、土地所有者、掌权的政府服务（Rolling et al., 1976; Rogers, 1976）。在推广研究中，研究者发现以下的变量呈正相关，如知识对推广的采纳、收入水平、教育水平、媒体的报道等，这些发现“未能够将这些变量看作一个更广、更重要的因素的一部分：社会的权力结构”（Beltran, 1975；

2, 190)。美国的媒体结构也有利于上层社会。

与社会经济地位低的阶层相比，高阶层有渠道获取更多、更准确的信息，这主要通过印刷媒体，尤其是专门为他们服务的印刷媒体，成为某个组织的一员，接受正规学校教育，提倡成功的家庭规范，密切的人际往来等。群体通常是大组织网中的一部分，它们给人们提供获取信息的机会。结果造成社会经济地位低的人所获得的有关公共事件的准确信息是非常有限的，他们的信息系统比社会经济地位高的群体更封闭。在他们体系中的信息多是流言、传闻、民间故事，这些远远多于公共事件（Childers with Post, 1975）。

有时人们认为，社会经济地位低的人与高的人相比所掌握的知识不同，但是，他们的知识并不有利于社会的机动性，也就是不能使他们进入社会的权力中心。这显然与信息有利于提高他们权益相悖。公共事件的知识是建立在社会权力基础上的。研究者可能对某些有利于地位低的人的公共事件进行考察。对获取信息的这方面进行研究的学者想继续索米宁（1976）、奇尔德斯和波斯特（1975）的观察，那就是地位低的人不会通过获取信息来解决他们的问题，当他们确实在获取信息时也不太积极。

8. 在近来民族经济结构的变化中，知识差异有所加大，这种变化是来源于对信息的分配（Smith, 1975）。从这点上看，学者们会考虑到卡茨曼（1974）的假设，也就是新的传播技术会加大知识的不平等性，这不仅是因为获取知识的渠道不平等，也因为对知识的不平等使用，尤其是获取知识的渠道和使用与社会经济地位的差异有关系。

9. 学者们可能想通过此文的论据和对未来研究的建议中，了解一下从知识差距研究中得出的几个观点。在教育程度和知识差距关系不太明显的案例中，研究者会找出使关系变得明显的条件。也许媒体对减少知识差距的作用比以前想象的要大。有证据证明教育与知识间存在明显的正面关系，这时一些学者会考虑从

对研究论题的决定、资源的分配和社会政策的阐明上来审视社会差异。研究的重点从传统的模式转到其他的方向，削弱了社会经济地位这一变量，这种研究方向与里根政府的立场一致，也就是处于劣势的人并不要求从社会项目中得到支持。现在的研究在多大程度上重点研究了与社会项目有关的问题？社会科学家由于政府的立场改变而停止对社会不平等的研究了吗？

对知识差距研究有兴趣的学者们希望对一些复杂的因素进行调查，这些因素约束着社会阶层，阻碍了社会的活力，并导致了知识的更不平等分配。创造一个更平等的知识分配不仅仅是对信息的重新分配，我们也可假定这是民主社会的一个目标；知识差距反映了信息上的不平等，这是社会经济地位低的群体较少获得的众多资源之一。

(刘铁花译，关世杰校，译自：Communication Research, 1983, 10 (4), pp. 447—486)

注释：

① For example, Clarke and Kline (1974: 228) report, "Survey research commonly finds that correlations between use of mass media and levels of information pale by comparison with correlations between educational attainment and information." Robinson (1967: 24) states, "it is well known that correlations between educational level and printed mass media usage are almost as high as those found between educational and information level..." Dervin (1980: 78) notes, "When research is conducted using the traditional communication model, the results consistently show that those with less education and lower incomes are less likely to be information seekers, use expert information sources, be informed generally."

② For example, Dervin (1980) asserts that research on knowledge gaps has resulted in a "blame-the-victim" syndrome. See also the discussion in this

article under "Critical Comment on the Knowledge Gap Hypothesis."

③ One factor which may have affected this result is that a newspaper strike had idled the afternoon paper, a likely news vehicle for the faculty group. Another is that the faculty community was canvassed about a day after the event and the laboring community not interviewed until three and a half days had elapsed after the event.

④ Awareness of the Kennedy assassination was compared with awareness of five other assassinations of public figures (Levy, 1969). All respondents knew of three of the deaths, those of President Kennedy, Senator Robert Kennedy, and the Reverend Martin Luther King. In contrast, those with high education were considerably more likely to know of the violent deaths of Malcolm X, Medgar Evers, and George Lincoln Rockwell than were the less educated. A "reverse gap" appears for two events, however, when the sample is divided by race. Nonwhites tended on the whole to be less educated than the whites. Nonwhites had heard of the deaths of the two black public figures, Malcolm X and Evers, in greater proportions than whites. (More whites than nonwhites were aware of the death of Rockwell, a white American Nazi Party leader.)

⑤ Although some early diffusion studies, polls, and other research tended to find more men than women aware of a topic, this was not always the case, and gender differences seem to have been dependent partly on topic. In more recent research, sex differences in knowledge are not often found.

⑥ These three research reports deal with an ongoing study. The 1975 (Donohue et al.) and 1980 reports (Tichenor et al.) are updates on the 1973 article.

⑦ Three studies testing knowledge gap hypotheses are not reported in detail here because their content is not as relevant to this analysis as the other studies described. They are Tainter (1978), Eguke (1979), and Schere Tainter (1977).

⑧ The comparison group of farmers was tested at T_1 only but not at T_2 .

⑨ Gunaratne's data collected in 1971 and Ryan's data from 1951 are not directly comparable because Ryan's respondents were male heads of households and Gunaratne's respondents were females, male heads of households, and

male non-household heads. Further, Gunaratne excluded one of the three villages in Ryan's study and added two other to his investigation. Gunaratne's comparison over time was of Ryan's male household heads and the 1971 data on all males for only two villages and two types of knowledge.

⑩ "Structural" means knowledge of relationships, reasons, and so on. "Factual" means names, dates, places, and so on.

⑪ Liebert also cites the work of Minton (1972) which showed that the first year of viewing *Sesame Street* led to gains for advantaged children only in the sample. In addition, Salomon (1976: 14) discussed an Israeli study which also found SES differences; however, "low SES children... learned more in areas of perceptual analysis and discrimination, whereas middle-class children learned more in areas of abstraction and synthesis."

⑫ Beltran (1975) makes a distinction that others have also made between "system-blame" and "person-blame." He would not necessarily discard the traditional model but he would shift his analysis to characteristics of the social system rather than to characteristics of the individual. I would suggest that to place "blame" is not the point of scientific analysis; rather the goal is to determine causes of phenomena. These causes may not necessarily be "fault."

⑬ Other studies with relevant data may well exist but were not found.

⑭ Detailed tables showing more information for each study than is given here are available from the author.

⑮ Two reports of three Israeli surveys note gaps in recall of radio and television news items (Adoni and Cohen, 1978; Katz et al., 1977.) It is not clear what proportion of the total sample these respondents represent nor whether or not the samples are random.

⑯ This survey (Bishop et al., 1978) states that the "Knowledge-rich" got "ncher"; however, this assumption is based on Graber's (1978) data on 21 individuals and on a mimeographed report of Abramowitz (1977). I have not examined the latter report. Graber's pilot study of learning in depth included two persons with a grade school education, six with high school educations, and thirteen with college educations.

⑰ There was a slim gain of .41 in the average score of the grade school

educated group, but scores of groups with more education had declined by the end of the campaign.

⑩ Some scholars contend that categorical and ordinal data may be treated in statistical analysis as if they were equal interval data. Others argue that considerable error will result if this is done

⑪ One study not included in the analysis apparently coded education as a continuous variable, but what was actually measured was educational level of the household head. This was compared with the respondent's knowledge of the issue, but the respondent was not necessarily the head of the household. The study is Bultena et al., 1978 (a knowledge gap for the issue was found).

⑫ This information is from a letter to the author from David W. Moore, Associate Professor of Political Science, University of New Hampshire, Durham, N. H., on May 26, 1982. He cited data analyzed by his student, Carolyn Eisenhut, in her paper, "Does a Knowledge Gap Exist in New Hampshire???", May 10, 1982.

⑬ Miyo suggests that the measure of political knowledge may not have captured actual depth knowledge, thus imposing an artificial ceiling on the amount of knowledge to be acquired by more educated respondents.

⑭ When Miyo examined knowledge gaps among respondents low in dependence, she concluded that newspapers tended to widen knowledge gaps based on education and television appeared to narrow gaps over time. Among respondents high in dependence, newspapers appeared to decrease knowledge gaps and television appeared to increase them over time. When I looked at Miyo's data, however, by graphing average knowledge scores for each education group by high and low dependence on each medium, the following pattern appeared; the knowledge gap between more and less newspaper-dependent respondents tended to decrease for each education group between Time 1 and Time 2, and the gap increased between Time 2 and Time 3. This pattern occurred also for television-dependent respondents.

⑮ All of this discussion assumes that findings reported in the literature described are not due to measurement error.

⑯ An anonymous reviewer suggests that the hypothesis might be extended

to predict SES-based knowledge gaps on specific topics when mass media coverage declines over time. (Some evidence on this point is provided by Donohue et al., 1975, and by Miyo, 1983)

⑤ Sometimes the argument is made that if researchers use simple measures of knowledge, an increasing gap based on education is untenable over the long term because eventually everyone with high education will know and those less well educated will catch up. There is reason to believe, however, that the less educated will not catch up if access to information and understanding depend on high socioeconomic status, even if interest is equally distributed within all SES groups.

参考书目：

- ABBOTT, E. A. (1978) "Effects of year-long newspaper energy series on reader knowledge and action." Presented to the Association for Education in Journalism, University of Washington, Seattle.
- ABRAMOWITZ, A. (1977) "The first debate: a study of attitude change." Williamsburg, VA: College of William and Mary. (mimeo)
- ADAMS, J. B., J. J. MULLEN, and H. M. WILSON (1969) "Diffusion of a 'minor' foreign affairs news event." *Journalism Q.* 46: 545—551.
- ADONI, H. and A. A. COHEN (1978) "Television economic news and the social construction of economic reality." *J. of Communication* 28, 4: 61—70.
- ALLEN, I. L. and J. D. COLFAX (1968) "The diffusion of news of LBJ's March 31 decision." *Journalism Q.* 45: 321—324.
- ATKIN, C. K., J. GALLOWAY, and O. B. NAYMAN (1976) "News media exposure, political knowledge and campaign interest." *Journalism Q.* 53: 231—237.
- BAILEY, G. A. (1971) "The Public, the Media, and the Knowledge Gap." *J. of Environmental Education* 2, 4: 3—8.

- BALL, S. and G. A. BOGATZ (1970) *The First Year of Sesame Street: An Evaluation*. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
- BECKER, L. B., I. A. SOBOWALE, R. E. COBBEY, and C. H. EYAL (1978) "Debates 'effects on voters' understanding of candidates and issues," in G. F. Bishop et al. (eds.) *The presidential debates*. New York: Praeger.
- BECKER, L. B. and D. C. WHITNEY (1980) "Effects of media dependencies: audience assessment of government." *Communication Research* 7: 95—120.
- BELTRAN, L. R. (1975) "Research ideologies in conflict." *J. of Communication* 25, 2: 187—193.
- BENTON, M. and P. J. FRAZIER (1976) "The agenda setting function of the mass media at three levels of 'information holding.'" *Communication Research* 3: 261—274.
- BERELSON, B. R., P. F. LAZARSFELD, and W. N. McPHEE (1954) *Voting: a Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- BISHOP, G. F., R. W. OLDENDICK, and A. J. TUCHFARBER (1978) "The Presidential debates as a device for increasing the 'rationality' of electoral behavior," in G. F. Bishop et al. (eds.) *The Presidential Debates*. New York: Praeger.
- BOGART, L. (1957—1958) "Measuring the effectiveness of an overseas information campaign: a case history." *Public Opinion Q.* 21: 475—498.
- (1950—1951) "Spread of news on a local event: a case history." *Public Opinion Q.* 14: 769—772.
- BOGATZ, G. A. and S. BALL (1972) *The Second Year of Sesame Street: A Continuing Evaluation*. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
- BRINTON, J. E. and L. N. McKOWN (1961) "Effects of newspaper reading on knowledge and attitude." *Journalism Q.* 38: 187—195.
- BROWN, N. W., J. S. ETTEMA, and R. V. LUEPKER (1981) "Knowledge gap effects in a cardiovascular information campaign." Presented to the Association for Education in Journalism, East Lansing, MI.

- BLOD, R. W., M. S. MacLEAN, Jr., and A. M. BARNES (1966) "Regularities in the diffusion of two major news events." *Journalism Q.* 43: 221-230.
- BULTENA, G. L., D. L. ROGERS, and K. A. CONNER (1978) "Toward explaining citizens' knowledge about a proposed reservoir." *J. of Environmental Education* 9, 2: 24-36.
- BUSS, T. F. and C. R. HOFSTETTER (1981) "Communication, information and participation during an emerging crisis." *Social Sci. Journal* 18: 81-91.
- CAMPBELL, D. T. and J. C. STANLEY (1963) *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research*. Chicago: Rand McNally.
- CHILDERS, T. with J. A. POST (1975) *The Information-Poor in America*. Metuchen, NJ: Scarecrow.
- CLARKE, P. and F. G. KLINE (1974) "Media effects reconsidered: some new strategies for communication research." *Communication Research* 1: 224-240.
- COLEMAN, J. S., et al. ("the Coleman report") (1966) *Equality of Educational Opportunity: Summary*. Washington, D. C.: U. S. Government Printing Office.
- COOK, T. D., H. APPLETON, R. F. CONNER, A. SHAFFER, G. A. TAMKIN, and S. J. WEBER (1975) *Sesame Street Revisited*. New York: Russell Sage.
- DAVIS, D. K. (1971) "Assessing the role of mass communication in social processes: a comment on decline and fall at the White House." *Communication Research* 4: 23-34.
- DERVIN, B. (1980) "Communication gaps and inequities: moving toward a reconceptualization," in B. Dervin and M. J. Voigt (eds.) *Progress in Communication Sciences*, Vol. II. Norwood, NJ: Ablex.
- DEUTSCHMANN, P. J. (1963) "The mass media in an underdeveloped village." *Journalism Q.* 40: 27-35.
- and W. A. DANIELSON (1960) "Diffusion of knowledge of the major news story." *Journalism Q.* 37: 345-355.

- DONOHUE, G. A., P. J. TICHENOR, and C. N. OLSEN (1975) "Mass media and the knowledge gap: a hypothesis reconsidered." *Communication Research* 2: 3-23.
- DOUGLAS, D. F., B. W. WESTLEY, and S. H. CHAFFEE (1970) "An information campaign that changed community attitudes." *Journalism Q* 47: 479-487, 492.
- DOUGLASS, C. W. and D. C. STACEY (eds.) (1972) "Demographical characteristics and social factors related to public opinion on fluoridation." *J. of Public Health Dentistry* 32, 2: 128-134.
- EDELSTEIN, A. S. (1973) "Decision-making and mass communication: a conceptual and methodological approach to public opinion," in P. Clarke (ed.) *New Model for Mass Communication Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- EGUEKE, C. G. (1979) "Involvement in news events and the knowledge gap hypothesis." Master's thesis, University of Wisconsin.
- ERSKINE, H. G. (1963a) "The polls: exposure to domestic information." *Public Opinion Q.* 27: 491-500.
- (1963b) "The polls: exposure to international information." *Public Opinion Q.* 27: 658-662.
- (1963c) "The polls: textbook knowledge." *Public Opinion Q.* 27: 133-141.
- (1962) "The polls: the informed public." *Public Opinion Q.* 26: 669-677.
- ETTEMA, J. S. and F. G. KLINE (1977) "Deficits, differences, and ceilings: contingent conditions for understanding the knowledge gap." *Communication Research* 4: 179-202.
- FATHI, A. (1973) "Diffusion of a 'happy' news event." *Journalism Q* 50: 271-277.
- FRAZIER, P. J. (1981) "Trends in attitudes toward fluoridation." Paper presented to the American Association for Public Opinion Research. Buck Hill Falls, PA (May).
- FRY, D. L. (1979) "The knowledge gap hypothesis and media dependence:

- an initial study." Paper presented to Association for Education in Journalism, University of Houston, TX.
- GALLOWAY, J. J. (1977) "The analysis and significance of communication effects gaps." *Communication Research* 4: 363—386.
- Gallup Omnibus, The (Gallup poll) (1977) "A Survey Concerning Water Fluoridation" (Appendix II.) Princeton, NJ: The Gallup Organization.
- GANTZ, W. (1978) "How uses and gratifications affect recall of television news." *Journalism Q.* 55: 664—672, 681
- GAZIANQ, C. (1983a) *Neighborhood Newspapers, Citizen Groups, and Knowledge Gaps on Public Affairs Issues*. Unpublished Ph. D. dissertation, Univ. of Minnesota.
- (1983b) "Social stratification and the knowledge gap: some influences on knowledge disparities." Paper presented to the International Communication Association, Dallas (May 29).
- (1982) "The influence of news media and citizen groups on the knowledge gap in an inner-city neighborhood." Paper presented to the American Association for Public Opinion Research, Hunt Valley, MD (May).
- GENOVA, B. K. L. and B. S. GREENBERG (1979) "Interests in news and the knowledge gap." *Public Opinion Q.* 43: 79—91.
- GORELICK, S. M. (No date) "Effects of the 1976 presidential debates: agenda-setting and issue learning." Unpublished paper, Teachers college, Columbia University, New York.
- GRABER, D. A. (1978) "Problems in measuring audience effects of the 1976 debates," in G. I. Bishop et al. (eds.) *The Presidential Debates: Media, Electoral, and Policy Perspectives*. New York: Praeger.
- GREENBERG, B. S. (1964) "Diffusion of news of the Kennedy assassination." *Public Opinion Q.* 28: 225—232.
- GUNARATNE, S. A. (1976) "Modernisation and knowledge: a study of four Ceylonese villages." *Communication Monographs*. Singapore: Asian Mass Communication Research and Information Centre.
- HOFSTETTER, C. R., C. ZUKIN, and T. F. BUSS (1978) "Political imagery and information in an age of television." *Journalism Q.* 55: 362

- HYMAN, H. H. and P. B. SHEATSLEY (1947) "Some reasons why information campaigns fail." *Public Opinion Q.* 11: 412-423.
- JENCKS, C. et al. (1972) *Inequality: A Reassessment of the Effect of Family and Schooling in America*. New York: Basic Books.
- KANERVO, E. W. (1979) "How people acquire information: a model of the public affairs information attainment process." Paper presented to the W Association for Education in Journalism, University of Houston.
- KATZ, E., H. ADONI, and P. PARNES (1977) "Remembering the news: what the picture adds to recall." *Journalism Q.* 54: 231-239.
- KATZMAN, N. (1974) "The impact of communication technology: promises and prospects." *J. of Communication* 24, 4: 47-58.
- KENT, K. E. and R. R. RUSH (1976) "How communication behavior of older persons affects their public affairs knowledge." *Journalism Q.* 53: 40-46.
- KRAUS, S., R. MEHLING, and E. EL-ASSAL (1963) "Mass media and the fallout controversy." *Public Opinion Q.* 27: 191-205.
- LARSEN, O. N. and R. J. HILL (1954) "Mass media and interpersonal communication in the diffusion of a news event." *Amer. Soc. Rev.* 19: 426-433.
- LEVY, S. G. (1969) "How population subgroups differed in knowledge of six assassinations." *Journalism Q.* 46: 685-698.
- LIEBERT, R. M. (1976) "Evaluating the evaluators." *J. of Communication* 26, 2: 165-171.
- LOUNSBURY, J. W., E. SUNDSTROM, and R. C. DeVULT (1979) "Moderating effects of respondent knowledge in public opinion research." *J. of Applied Psychology* 64: 558-563.
- McNELLY, J. T. and P. J. DEUTSCHMANN (1963) "Media use and socioeconomic status in a Latin American capital." *Gazette* 9, 1: 1-15.
- McNELLY, J. T. and J. R. MOLINA (1972) "Communication, stratification and international affairs information in a developing urban society." *Journalism Q.* 49: 316-326, 339.

- McNELLY, J. T., R. R. RUSH, and M. E. BISHOP (1968) "Cosmopolitan media usage in the diffusion of international affairs news." *Journalism Q.* 45: 329—332.
- MEDALIA, N. Z. and O. N. LARSEN (1958) "Diffusion and belief in a collective delusion: the Seattle windshield pitting epidemic." *Amer. Soc. Rev.* 23: 180—186.
- MILLER, A. H. and M. MacKUEEN (1979) "Learning about the candidates: the 1976 presidential debates." *Public Opinion Q.* 43: 326—346.
- MINTON, J. H. (1972) "The impact of Sesame Street on reading readiness of kindergarten children." Ph. D. dissertation, Fordham University.
- MIYO, Y. (1983) "Knowledge-gap hypothesis and media dependency: is television a knowledge leveler?" Paper presented to the International Communication Association, Dallas (May).
- NEUMAN, W. R. (1976) "Patterns of recall among television news viewers." *Public Opinion Q.* 40: 115—123.
- NNAEMEKA, T. J. O. (1976) "Issue legitimation, mass media functions and public knowledge of social issues." Ph. D. dissertation, University of Minnesota.
- NOWAK, K. (1977) "From information gaps to communication potential," in M. Berg et al. (eds.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenaa, Denmark: GMT.
- OLIJEN, C. N., P. J. TICHENOR, and G. A. DONOHUE (1982) "Structure, communication, and social power: evolution of the knowledge gap hypothesis." Paper presented at "Sommatie '82" conference, Veldhoven, The Netherlands (March 26).
- PALMGREEN, P. (1979) "Mass media use and political knowledge." *Journalism Monographs*, No. 61 (May).
- ROBINSON, J. P. (1972) "Mass communication and information diffusion," in F. Gerald Kline et al. (eds.) *Current Perspectives in Mass Communications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- (1967) "World affairs information and mass media exposure." *Journalism A.* 44: 23—31.

- ROGERS, E. M. (1981) "Methodology for meta-research." Presidential address paper presented to the International Communication Association, Minneapolis (May 21-25).
- (1976) "Communication and development: the passing of the dominant paradigm." *Communication Research* 3: 213-240.
- (1965-1966) "Mass media exposure and modernization among Colombian peasants." *Public Opinion Q.* 29: 614-625.
- ROLING, N. G., J. ASCROFT, and F. WACHEGE (1976) "The diffusion of innovations and the issue of equity in rural development." *Communication Research* 3: 155-170.
- RYAN, B. (1952) "The ceylonese village and the new value system." *Rural Sociology* 17: 9-28.
- SALOMON, G. (1976) "Cognitive skill learning across cultures." *J. of Communication* 26, 2: 138-144.
- SAMUELSON, M. E. (1960) "Some news-seeking behavior in a newspaper strike." Ph. D. dissertation, Stanford University.
- R. F. CARTER and L. RUGGELS (1963) "Education, available time, and use of mass media." *Journalism Q.* 40: 491-496, 617.
- SCHERER, C. W. (1977) "Differential knowledge gain from a media campaign: a field experiment. Ph. D. dissertation, University of Wisconsin.
- SCHREIBER, E. M. (1978) "Education and change in American opinions on a woman for President." *Public Opinion Q.* 42: 171-182.
- SHINGI, P. M. and B. MODY (1976) "The communication effects gap: a field experiment on television and agricultural ignorance in India." *Communication Research* 3: 171-190.
- SMITH, A. G. (1975) "The primary resource." *J. of Communication* 25, 2: 15-20.
- SPITZER, S. P. and N. K. DENZIN (1965) "Levels of knowledge in an emergent crisis." *Social Forces* 44: 234-237.
- STAR, S. A. and H. M. HUGHES (1950) "Report on an educational campaign: the Cincinnati plan for the United Nations." *Amer. J. of Sociology* 55: 389-400.

- STAUFFER, J., R. FROST, and W. RYBOLT (1978) "Literacy, illiteracy, and learning from television news." *Communication Research* 5: 221—232.
- SUOMINEN, E. (1976) "Who needs information and why." *J. of Communication* 26, 4: 115—119.
- TAINTER, S. P. (1978) "Local media coverage of community issues: does it widen the knowledge gap?" Master's thesis, University of Wisconsin.
- TICHENOR, P. J., G. A. DONOHUE, and C. N. OLIEN (1980) "Conflict and the knowledge gap." *Community Conflict and the Press*. Beverly Hills, CA: Sage.
- (1970) "Mass media flow and differential growth in knowledge." *Public Opinion Q.* 34: 159—170.
- TICHENOR, P. J., J. M. RODENKIRCHEN, C. N. OLIEN, and G. A. DONOHUE (1973) "Community issues, conflict, and public affairs knowledge," in Peter Clarke (ed.) *New Models for Mass Communication Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- TORSVIK, P. (1972) "Television and information." *Scandinavian Pol. Studies* 7: 215—234.
- TROILDAHL, V. C. (1965) "Studies of Consumption of Mass Media Content." *Journalism Q.* 42: 596—614.
- WADE, S. and W. SCHRAMM (1969) "The mass media as sources of public affairs, science, and health knowledge." *Public Opinion Q.* 33: 197—209.
- WEAVER, D. H. (1978) "A summary of newspaper social effects research." Paper presented to the Association for Education in Journalism, University of Washington, Seattle.
- WERNER, A. (1975) "A case of sex and class socialization." *J. of Communication* 25, 4: 45—50.

第二部分

专 题

●色情与性攻击

大众媒介中的攻击性色情刺激物的影响

内尔·马拉穆特

(Neil M. Malamuth)

爱德·唐纳斯坦

(Ed Donnerstein)

一、导言

A 目的

在过去的几年中，色情资料的影响一直是个争论不休的问题。1976年，美国国会认为色情文学交易应引起全国注意，并随之成立了委员会对此问题进行彻底调查。然而，根据已有的研究结果，委员会认为并没有事实证明色情文学有反社会的作用。对于许多社会科学家和平民百姓来说，委员会的调查结果起了盖棺论定的作用。人们普遍认为，大体上色情文学并没有任何明显的不良作用。

虽然如此，许多的研究人员、科学小组和政治集团还是批评了委员会的结论。几个妇女团体和数位女性作家也公开发表了言论。本章目的并不在于系统讨论委员会的功过得失，而是要讨论委员会研究中未充分讨论的一个方面：集合性描写和攻击性行为描写于一体的刺激物的作用。

B 攻击性和非攻击性色情文学

从实践和理论上都比较难区分攻击性和非攻击性色情文学。例如，格利亚·斯戴恩在区别可接受的黄色书刊与令人不悦的色情文学时写道：

看任何人做爱的照片或电影，影像也许不同，但通常都以接触和温存，肉体和精神上的接纳为结尾。影像中的人们常是自发而为，因为他们内心渴望这样，因为出于共同的快感。

现在有关性的描写，常常就是赤裸裸的暴力或强制，充满了折磨和奴役、伤口和淤痕，明显的羞辱或成人对儿童的施暴。也许也会更狡猾些：描绘征服者和受害者不同的身体姿势；利用种族和阶级差别，暗指同一事物；也许是不平等的裸露程度，一个人被脱光衣服，脆弱易受伤害，另一个人却衣冠楚楚。不管怎么样，都没有一种公平选择和均势的感觉。

在下面一系列的研究中，攻击性色情文学指描绘被斯戴恩认为是赤裸裸的暴力的性行为。大体上说，指描绘用强力或用强力威胁妇女从事性行为。有关攻击性色情文学的研究结果也只适用于这些材料。而且那些更加细致地描绘暴力的材料的影响尚未被充分研究。整篇论文使用色情文学一词指明明确的性刺激物，并无贬意。

C 攻击性色情文学的频频出现

当委员会着手研究时，攻击性色情文学还相对少见，这也可以部分解释为什么委员会的研究几乎毫无例外地把含有强奸或其他暴力性行为的刺激物排斥在外。委员会仅比过去更侧重于比

较关于性犯罪者的报告。研究性变态者，比较大众中接触色情文学的不同群体。不幸的是这些研究得出了自相矛盾的结论。

虽然攻击性色情文学在早些年还比较少见，但大量近年在大众媒体上发表的文章已经观察到了20世纪70年代攻击性色情文章在色情书籍、杂志、电影上流行开来。对于“硬核”和“软核”的刺激物如《花花公子》、《楼顶屋》内容的系统分析进一步证实了这些观察。例如，史密斯分析了1968年至1974年出版的平装书的内容，他发现，大约1/3的情节都使用暴力，常常是一位男子用暴力强迫一位女子进行她不想从事的性行为，而且他还发现，从1968年到1974年描写强奸场景多了一倍。

D 关注的基础

有大量理由说明我们为什么关注攻击性色情刺激物的影响。首先，大众媒介上出现的非色情的攻击性行为描写产生的反社会的作用，色情的攻击性行为描写也同样可能产生，而且我们也有理论上的必要去关注媒介上性和暴力的融合。第一，描写中融合了性和暴力可能导致现实中与性冲动相联系的攻击性行为，而性冲动是强有力的、无条件的刺激物和强化剂。事实上，现在对性犯罪者的处置以下面的前提为基础：性犯罪也许在与社会允许的对性冲动和性行为的幻想相联系时才会发生。还有可能的是，当媒介把攻击性行为与性相提并论时，便可能导致犯罪的条件，因为性冲动可能会升级为攻击性性行为冲动，结果，也许会导致幻想和行为方面产生的相应变化。第二，在许多色情描写中，受害者常被描写成为暗自渴望侵犯，并且最终从其中获得性快感，换句话说，受害者也许喜欢性侵犯。从认知角度来讲，以上的信息也许暗示人们，即使当一位妇女讨厌一位追求者时，她最终也倾向于冒险、攻击性行为和被一位男性攻击者控制。当许多研究项目都认为此类信息具有虚幻的本质时，对“启发式有用性”的研究表明，虽然如此，此类信息还是具有重要影响的。根据启发式

有用性的概念，脑子里很易想到的事情容易被认可事实上可能会发生。卡罗认为，当人们被要求想象一件完全虚幻的事可能发生时，人们比不想象它更易相信事件会真的发生。大众媒介常常给人以妇女喜欢男子的侵犯她的印象，这些印象容易被人们记住，并影响人们的思维、态度和行为。

在本文中，我们将研究攻击性色情刺激物的影响。首先，我们要看一下刺激物刺激性冲动达到了何种程度。然后，我们将研究除了攻击性行为外，这些刺激物还对哪些行为产生了影响（如态度、观念）。最后，提出攻击性色情文学对攻击性行为产生的影响的研究结果。

二、攻击性色情文学和性冲动

A 最初的发现

攻击性色情文学的描写能唤起人们的“性常态”吗？这个问题意义重大，因为人们更喜欢把引起性冲动的刺激物与那些很少引起性冲动或不引起性冲动的相对立。

迄今为止，现有的材料证明，攻击性性行为的描写比非攻击性性行为的描写导致的性冲动更少些。这个结论以研究描写受虐狂的作品为基础，完全依赖于性冲动者的自我袒露。最近，一项把强奸犯、非强奸犯由强奸场景产生的冲动与由描写自愿的性行为产生的性冲动相比较的研究，给上述结论提供了另一个支持。阿贝尔、巴尔洛、布兰夏尔德和盖德的报告认为，强奸犯在观看强奸场面的录像时，生殖器隆起程度与观看描写自愿的性行为场景的程度差不多或更高些，非强奸犯观看允许的性描写场景时性反应程度要高很多。以此文件为基础，这些调查者提出了“强奸指数”的概念，即强奸和允许的性描写引起的性冲动之比。

阿贝尔和他的助手们主张，这个指数可作为客观测量强奸倾向的工具。使用这个指数，当一个人由强奸场景引起的性冲动大

于或近似于描写自愿的性行为引起的冲动时，此人便可认为有强奸意图。这些研究者们和其他人一起在诊断和治疗强奸犯时使用了这个指数。最近，又把它用于确定和治疗骚扰儿童的人身上。昆西等（Quinsey et al）认为这个指数还可用于预测从精神病院出来的一些罪犯重新犯罪的可能性。

阿贝尔和他的同事研究的强奸犯和非强奸犯均是男性病人，其目的在于研究、估计他们的反常的性冲动。研究这些病人而得出的数据当然是值得怀疑的。然而，最近有一项以对照组由男性研究生和属于正常人的自愿者组成的研究得出的结论与阿贝尔等人的类似。与此相反的是，最近有大量事实表明，在某些条件下，普通百姓也会产生很高的强奸性质的性冲动，下面的讨论是旨在确定非强奸犯对强奸刺激物产生不同程度性冲动的条件。

B 受害者的反应

大量的资料表明，受害者在强奸场景中的反应强烈地影响了男女观众的性冲动。当受害者被描绘成由强暴引起了非自愿的性冲动时，被实验者表现出来的性冲动（根据被实验者的自我袒露和测定男性生殖器的勃起程度）比由描写双方同意的性行为产生的性冲动程度要高，或与其差不多。另一方面，强奸场景中，受害者一直表现出的厌恶之情，通常导致被实验者的性冲动比由双方同意的性行为引起的性冲动少得多。虽然，还有资料表明，人群中还有不少一部分人对强奸场景和允许的性描写产生的性冲动程度一样。

这些发现导致一个变量的产生，这个变量有助于解释研究人们攻击性色情文学产生的性反应时自相矛盾的发现。认为非强奸者对强奸描写产生了很高的程度性冲动的研究中用的描写是受害者也产生了性冲动，而认为被实验者产生低程度性冲动用的强奸描写中，受害者在强奸过程中一直表现出厌恶之情。

这些资料也许还可以解释阿贝尔的发现与色情文学内容分析

研究结果之间明显的不一致。以前曾提及，大量的“硬核”色情文学和“软核”色情文学中均包含攻击性主题。某种程度上，出版商决定书中包括这些攻击性色情文学也许正是购买者的兴趣的反应。如果没有任何正常人对攻击性色情描写感到性刺激，也许，我们会发现在大众色情文学中几乎没有强奸和其他攻击性色情描写了。但是，因为这些攻击性色情描写的数量不断大量增加，进入商业流通中的色情文学里的性攻击已与阿贝尔研究中的性攻击不同了。事实上，就像以前提到的那样，大量色情文学中把受害者描绘成有了不自愿的性冲动。在文章的下面部分，我们将看到大众媒介中的某些描写，描写里的受害者的性冲动对人们的观念、态度和攻击性的反应将产生重大影响。

C 个体差别

一系列的实验揭示男性被实验者由强奸场景和描写自愿的性行为的场景引起的性反应有明显的个体差别。调查结果清楚表明，不少的被实验者由强奸场景引起的性刺激比由描写双方自愿的性行为引起的高些，或与其差不多，但绝大多数的被实验者的实验结果与之相反。

马来玛斯和彻克近来的研究结果表明了这一领域的发现。在他们实验的最初阶段，男性被实验者们要求填写一份关于他们性态度和性行为的问卷。问卷的一项是询问被实验者，如果他确信自己不会被抓住和受到惩罚，他是否有可能强奸他人，62个被实验者填了低LR（即根本不可能，这是5分中的最低分：1分）。42个被实验者写了高LR（2分或以上）。分数的分布与早期的研究结果类似。

几天后，这些被实验者听了几盘磁带中的一盘磁带。这几盘磁带包括：（1）强奸描写，其中受害者在强暴过程中一直表现出厌恶之情（负结果）；（2）强奸描写，其中强奸犯发现受害者有不自愿的性冲动（正结果）；（3）和一个自愿的有性冲动的伙伴

进行一次双方均同意的性行为的描写。这些描写在内容、长度上均相等。

对于每一个描写，男性生殖器的勃起程度和被实验者自我袒露的性冲动已作为被实验者 LR 分类的参数绘在了图 1 中。从图中可以看出，低 LR 的被实验者由双方均同意的性行为引起的性刺激比由一方反对的性行为（即负结果）引起的要更大些。高 LR 的被实验者生殖器勃起测试显示出他们呈相反的趋势，但自我认为对两种性描写有相同程度的性冲动。高 LR 的被实验者对两种性描写的反应与阿贝尔研究的强奸犯的反应十分类似。但对于正结果的描写（阿贝尔未用过此类描写），低 LR 的被实验者的性冲动程度与由双方同意的性行为引起的冲动程度差不多，高 LR 的被实验者则对此类强奸场景的描写表现出最高程度的性冲动。

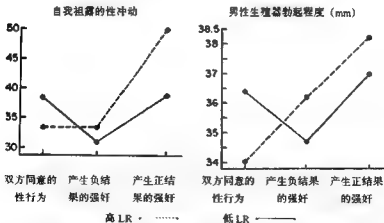


图 1 色情描写引起的性冲动和被实验者进行强奸行为的可能性 (LR)

除了 LR 评价，由攻击性色情文学引起的性冲动常与其他的个体差别变量联系在一起。例如，马来玛斯和彻克认为，对于男

性来说，强奸描写（而不是双方同意的性行为的描写）引起的性冲动与力量直接相联，而力量在爱赛克的关于个性问卷中是从事性行为和心理活动的动机。彻克和马来玛斯还进一步说明，对于男性来说，由攻击性色情文学（而不是双方同意的性行为的描写）引起的性冲动与对传统性角色的确信相关，从整体上看，由攻击性色情文学引起的冲动不是一个孤立的反应，它也许显示了更广泛的大众的性格和信仰结构。研究结果和下述观点一致：色情文学中不断增加的攻击性主题也许是吸引一部分消费者（例如，高 LR 的个体）注意力的原因之一。

D 进行估计研究的场所

虽然迄今为止，还没有系统研究过地理位置的作用，但它也许是一个重要的变量。我们知道，用生理学的方法测定的性冲动和被实验的个人袒露，也许会因被实验者的主观意志改变。阿贝尔等和昆西等（Quinsey et al）设计的研究环境仅适用于强奸犯。虽然，巴巴瑞没有特别指明他们在哪儿进行的研究，但似乎也是在强奸犯心理治疗中心进行的。考虑到此类环境的本质，也许会是部分非强奸犯对强奸场景并不产生冲动的原因。

布瑞德尔等（Briddell）的发现证实了这一可能。在一项实验中，当男性本科生相信他们受酒精支配时（不管他们是否真醉），他们由强奸场面引起的性冲动比由描写双方均同意的性行为引起的要高。相反，相信自己不受酒精控制的被实验者对两种场景的产生性冲动各有不同，这与阿贝尔等的实验结果类似。这些资料清楚地说明了非强奸犯的认识对他们由强奸描写引起的性冲动有多么有力的影响。正当当个体在酒精支配下时将较少关注自己对强奸场景是否产生性冲动，当非强奸犯知道强奸犯治疗中心会测定对于强奸场景产生的性冲动时，他们也许会抑制自己对此类刺激物产生的冲动。

E 结论

将攻击性行为和性联系起来的文学描写性冲动产生的作用是复杂的，但也是确实存在的。如果使用与阿贝尔等相似的测定条件，结果很可能便是一般的非强奸犯由强奸场景引起的性冲动，并不比由描写双方同意的行为引起的冲动强。强奸刺激物内容的变化（如描写受害者也有了冲动），或者测定场所的本质发生了变化（如在监狱里或在大学里，认为某一人在酒精支配下），或者正常人不同亚群体之间的精细区分（如低 LR 和高 LR 人），都可能使研究结果的本质发生剧变。但这并不意味着估测由强奸描写产生的性反应，不会有助于测定研究对象是否有攻击性行为的倾向。正如下面将要讨论的，有事实表明，即使在正常人中间，这个性冲动估定的手段也会帮助预测攻击性行为。然而，从种种条件看来，正常人性冲动的方式与那些强奸犯的方式并无明显区别。因此，使用阿贝尔等的“强奸指数”的实验者们应十分注意选择他们的测定条件，以防得出“错误的结果”。

三、除攻击性行为以外，攻击性色情文学产生的影响

A 性反应的变化

目前，证明攻击性色情文学会增加个人对此类刺激物的性反应的资料并不多。某项研究曾得出一个并不显眼的假定，如果实验者最初阅读了描写受虐狂的文字，在随之的进行强奸场景产生的性冲动测定中，他们的性冲动加强了很多。然而，后来的研究并未能证实这一论断，看一部色情文学作品和一周内反复观看五部色情电影并不能加强由色情文学产生的性冲动。

B 幻想

目前，只有一项实验对色情文学对性幻想产生的作用进行了

研究。在实验中，被实验者观看了描绘强奸或双方允许的性行为的幻灯片，幻灯片还伴有声音。随之，所有的被实验者听了从阿贝尔等实验中截取的同样描绘强奸场景的录音。然后，他们被要求进行性幻想，并把它记录下来。分析被实验者自己报告的性幻想的内容表明，观看强奸场面的人的性幻想比观看双方均同意的性行为描写的人的性幻想更具攻击性。

C 观念 and 态度

大量资料表明，色情文学会改变人们对强奸和强奸受害者的看法。在某三项实验中，被实验者们首先接触的色情场面是假定有正结果的，他们或者接触其他的场面（如有负结果的，或双方均同意的性行为）。然后，所有的被实验者得到了不同的关于强奸场面的描述，并被要求说出他们对强奸受害者的想法。与其他被实验者相比，在前两项实验中观看正结果强奸场景的人认为强奸受害者受的伤害要少些。第三项实验是关于被实验者对一般妇女印象的。马来玛斯和彻克发现，若被实验者听到强奸场面的描述中有暗示受害者被引起了性冲动的内容，与其他听强调受害者的厌恶和听允许的性行为描写（其中女性或同意或厌恶）的被实验者相比，他们认为，更多的妇女会从被强奸或被强迫进行的各种性行为中获得快感（见图 2）。资料表明，某些类型的色情文学也许有助于形成一种对骚扰妇女的行为相对宽容的文化气候。

然而，另一项研究却并没发现色情文学会改变人的观念和态度。一群由男性和女性组成的第一组被实验者看了《楼顶屋》和《花花公子》中有关自虐狂和强奸的内容，第二组看的这些杂志中仅包括非攻击性的色情文学，第三组看的是普遍的内容。随后，被实验者们看了一部采访强奸受害者的录像，并被要求填写一份问卷，来测定他们对强奸受害者及其经历的看法。几周后，为配合民意调查，被实验者们针对一篇报纸上发表的文章，阐述

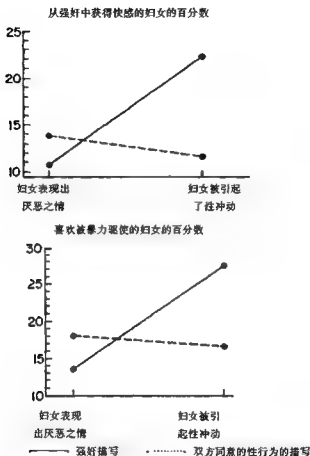


图2 看完不同性行为描写后，认为妇女从强奸或被暴力驱使中获得快感的百分数

了自己对强奸的看法。不管是在看了采访受害者的录像，还是在看了报纸上的文章后，接触色情文学均未改变他们对强奸的看法。

这项研究与那一项探讨色情文学是否会改变人们对强奸的看

法的研究相比，有一个不同之外，那便是它们使用材料的内容不同。在三项实验中，色情文学的反社会作用被发现了。这三项实验中的攻击性色情刺激物是特别挑选出来的，因为它们清楚地描绘了产生正结果的对妇女实施的暴力。另一方面，马来玛斯使用的材料，并未暗示强奸产生了正结果。因此，仅就认识变化而言，攻击性色情文学的反社会的作用仅局限于那些描绘性攻击产生了正结果的刺激物中。

在最近的一项实验中，马来玛斯和彻克获得了目前最有力的事实证据来证明产生正结果的性攻击会对某些社会重要观念产生不利影响。在这项调查中，共有 271 位男女学生充当了做实验者。其中一些同意参加一项表面上是关注电影排名的研究。他们在两个晚上任选一晚看电影：（1）或者看 *Swept away* 和 *The Getaway* 它们讲述的是遭受性攻击或非性攻击的女性受害者的故

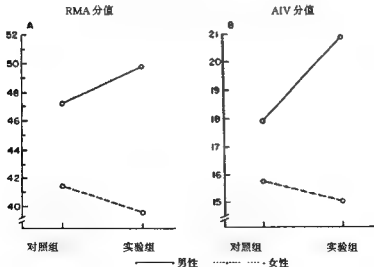


图 3

事，(2)或者看一部一般的电影。这些电影均在校园的电影院里放映过，其中两部（一部实验组和一部对照组电影）作为校园电影节的一部分正在上映。被实验者的同学虽然没有报名参加实验，但也作为了对比组。使用的参数有对妇女实施暴力的接受程度（AIV）、强奸幻想的接受程度（RMA）和对性关系的看法（ASB）。这些测试手段已被包括在“性态度调查”问卷中的许多条件中，学生（指那些报名参加实验的）看过电影几天后，便要求填写这份问卷，被实验者并不知道这项“性态度调查”与电影有什么关系。

结果显示，观看了产生正结果的描写攻击性性关系的电影后，男学生而不是女学生明显提高了对妇女采用暴力行为和性幻想的接受程度。这项实验不是在实验室中进行的，不会受被人们批评的实验室的人造环境和“指令性”的影响。因此，它可以说明，产生正结果的描绘性暴力的电影相对具有长期的反社会的影响。

四、攻击性色情文学对攻击性行为的影响

A 研究成果

我们现在回到几项关于攻击性色情文学对攻击性行为影响的实验。在细致讨论每项实验的意义之前，我们首先描述一下这些研究过程，概括一下研究成果，然后讨论它们的所有含义。

1. 非攻击性及攻击性色情描写

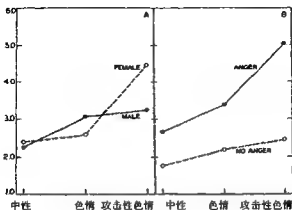
在马来玛斯的一项研究中，男性被实验者阅读了三种不同的材料中的一种：带图片的攻击性色情文学、非攻击性色情文学或中性刺激物。攻击性和非攻击性色情文学均取自杂志《楼顶屋》，被实验者认为它们具有相等的性刺激能力。攻击性色情刺激物描绘了一位妇女被一个男性海盗强奸，可能产生了正结果。非攻击性色情文学讲述的是一次男女作爱。中性刺激物取自杂志《国家

地理)。看完这些刺激物之后，所有的被实验者都被一位女性羞辱。然后这些被实验者被置身于一个情境中，他们可以通过假的电击来攻击这位妇女。在每一组阅读不同内容的人里有一半的被实验者看一信息，建议他们可以想怎么攻击她便怎么攻击她（非禁止信息），另一半被实验者的信息提醒他们自醒攻击意味着什么（禁止性信息）。因此，实验是 3×2 的设计（3指阅读三种不同的内容，2指阅读两种不同信息）。被实验者得到禁止性信息后，攻击性倾向并没有重大变化。而当得到非禁止性信息时，被实验者阅读攻击性色情文学后攻击性倾向达到了最高点（ $M = 4.20$ ），明显高于阅读非攻击性色情文学（ $M = 2.75$ ），但是，阅读中性文章的被实验者，得到两种信息后，攻击性并无大分别（ $M = 3.44$ ）。因此，这些发现即使有些靠不住，它至少也说明了在某些条件下，攻击性色情文学会增加攻击妇女的行为。在多勒斯戴的研究中，男性被实验者或者被一人（男性和女性）激怒，或者被这人以中性态度处之。然后，男性被实验者们有机会看了三场电影中的某一场。三场电影中有两场是极度色情的，内容并不相同。一场是非攻击性的，另一场讲述的是位男子闯入一妇女家，持枪强奸妇女的故事。根据血压测定，两场电影在生理上引起的冲动程度是一样的。第三部电影是中性的，无任何攻击性或色情内容。

图4说明了这次研究的结果，当被实验者被一位男子激怒时，攻击性色情电影使这位被实验者产生的攻击性行为与看了非攻击性色情电影相比，并不比后者多多少，两部电影比中性电影都增加了对男性受害者攻击性行为。然而如果被实验者被一位女性激怒，仅在看过攻击性色情电影后，他们的攻击性行为才会增加。事实上即使被实验者不被激怒，这种增加也会发生，但是愤怒和看色情电影会产生最高程度的攻击性行为。

2. 非色情的攻击性电影的作用

多勒斯戴试图考察色情文学和攻击性行为的独立角色。男性



(A) 性 X 电影

(B) 激怒 X 电影

图 4 平均激动程度

被实验者首先被一男子或女子激怒，然后，观看四部电影中的一部。第一部电影非攻击性但高度色情。第二部是攻击性色情电影，和多勒斯戴在 1982 年用过的一样。第三部是非色情的攻击性电影，讲述的是一位男子用枪指着一位妇女，并且辱骂她。妇女被捆绑起来，打了耳光。电影中无任何裸体或性行为的镜头，这部电影除了攻击性行为外，内容与描写强奸的电影相近，只是无色情内容。最后一部电影为中性。被实验者自我袒露道，攻击性电影与两部差不多色情的电影相比，引起的性冲动较少，而且，攻击性电影和攻击性色情电影在攻击性上，可看作程度相等。那些被实验者的生理资料也表明，色情电影和攻击性色情电影引起的性冲动程度一样，但高于中性电影。

图 5 显示了研究结果，当被实验者的男性激怒时，只有色情电影会增加他们的攻击性，然而，若被女性激怒，攻击性色情电影会产生最高程度的攻击性，事实上，会高于任何对男性目标产生的攻击性，非攻击性色情电影也会增加攻击性，只是低于攻击

性色情电影。

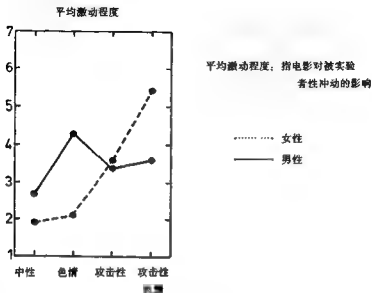


图 5

3. 攻击性色情电影中受害者的反应

本文前面曾提及一项研究表明，如果电影中受害者产生了性冲动（正结果），那么男性被实验者对此描绘也会产生性冲动，而且此类描写增加了人们对妇女进行暴力行为的宽容度，使人们更倾向于强奸幻想。

一项研究中，男性被实验者首先被一男性或女性激怒，然后他们被要求看了四部电影中的一部分，一部电影是中性的，不包含任何攻击性或色情内容，另一部是非攻击性的色情电影，剩下两部电影的本质都是攻击性色情电影。他们描述了一位年轻女子与两位男子共同从事研究工作，男人们在喝酒时，她坐在两位男

子中间被推推操操地逼着喝下了许多酒。然后，她被捆绑起来，被鞭打、打耳光、最后被强奸，这两部电影结尾不同，叙事方式也不同。在正结果的电影中，结尾是女子微笑着，并未反抗两位男子的行为。故事暗示女子成了电影末尾事件的一位乐意的参与者。在负结果的那一部电影中，女子的行为很难作判断，故事暗示在影片末尾，女子认为这场经历是令人羞辱和恶心的。可以肯定地预言，后一部电影给受害者带来的是更多的痛苦，而少有欢愉。看过这些电影之后，所有被实验者都被给予一次机会可以电击这位男性或女性激怒他们的人。研究还同时测定了被实验者们的生理反应。

表 1 对不同电影的自我袒露和生理变化 (试验 1)^a

排名 ^b	电影情况 ^c			
	中性	色情	正结果	负结果
电影 有趣	1.6a	3.4b	3.3b	3.2b
引起了性冲动	1.1a	3.7b	3.7b	3.9b
攻击性	1.4a	1.4a	3.5b	4.8b
有色情内容	1.4a	6.0b	5.9b	5.6b
受害者 痛苦		1.7a	2.7b	4.8c
欢愉		6.3a	5.1b	2.6c
有责任		5.6a	4.1b	2.9c
平均血压	-0.9a	+6.1b	+8.5b	+5.5b

a: 资源来源于多勒斯戴和伯克米兹的“受害者在攻击性色情电影中的反应对针对妇女的暴力行为产生的影响”

b: 电影排名的尺度是 0-7

c: 按 Duncan 的程序，下方字母不同的数字相差 0.05 个尺度。

看完电影后，所有的被实验者们被要求按不同尺度将电影排名。排名见表 1，我们可以看到，产生负结果的攻击性色情电影

比产生正结果的更有攻击性，很有趣的是，事实上，这两部电影的攻击性内容是一样的。此外，受害者在负结果的电影中比正结果电影中被看作受痛苦更多，欢愉更少。进一步说，正结果电影中的女性要为所发生的一切负更多的责任。

生理资料显示，所有的色情电影，虽然彼此大同小异，都比中性电影更能引起性冲动，从图6中可以看到，没有一部电影强烈地改变针对男性的攻击性行为。然而，正、负结果的攻击性色情电影都提高了针对妇女的攻击性。除了非攻击性色情电影以外，电影产生的针对妇女的攻击性行为明显高于针对男性的。

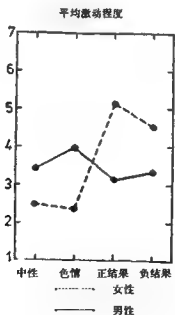


图6 平均激动程度：指电影对被实验者性冲动的影响

结果表明,对于被激怒的被实验者来说,正结果或负结果的强奸描写都会增加针对妇女的攻击性,然而,从理论和实际角度上来讲,还有一个重要的问题,即正、负结果的强奸描写对于没被激怒的被实验者又产生了什么样的影响呢?由多勒斯戴和伯克未兹进行的第二项研究便是关于此问题的。

实验中,男性被实验者首先被一女性激怒或被女性以中性态度对待,然后被实验者们看了在第一项研究中的四场电影中的一场,对电影进行排名后,他们被给予一次机会可对这位女性进行假的电击。实验还记下了各种生理反应。

表 2 对不同电影的自我袒露和生理变化 (试验 2)^a

排名 ^b	电影情况 ^c			
	中性	色情	正结果	负结果
电影:有趣	1.6a	3.8b	3.8b	3.2b
引起了性冲动	1.6a	4.7b	3.7c	3.7c
攻击性	1.2a	1.8a	4.3b	6.2c
有色情内容	1.3a	6.4b	5.9bc	5.5c
受害者:痛苦		1.7a	3.0b	5.7c
欢愉	未被激怒	5.6ac	5.9ac	1.6b
	被激怒	6.5a	4.9c	3.2d
有责任		5.6a	4.3b	2.3c
平均血压	-0.5a	+8.3b	+10.7b	+8.9b

a 资料来源于多勒斯戴和伯克未兹的“受害者在攻击性色情电影中的反应针对妇女的暴力行为产生的影响”

b 电影的排名尺度是 0-7

c 按邓肯的程序,下方字母不同的数字相差 0.05 个尺度

表 2 显示了第二个研究的电影排名。从表里可以看出,它们和第一个研究的结果相似,负结果的电影被看作更有攻击性,电

影中妇女受的痛苦更多，享有的欢愉更少，与正结果的电影相比，她的责任要更少些。生理资料也表明，三部色情电影比中性电影更能引起人的性冲动。图7显示了结果。对于未被激怒的被实验者来说，只有正结果的攻击性色情电影会很大提高攻击妇女的行为，而对被激怒的被实验者来说，正、负结果的电影都会增加攻击性，这一点与第一个研究的结果相似。

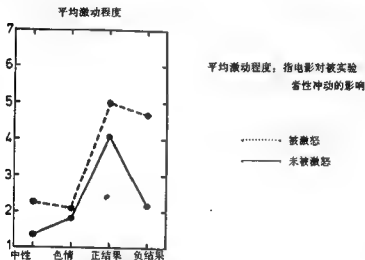


图7

B 总结，攻击性色情文学对攻击性行为产生的影响

上面一系列关于攻击性色情文学对攻击性行为产生影响的试验说明，受害者的性别是其中一个重要的变量。当男性被实验者遇上的是位男性受害者并被激怒时，攻击性色情文学导致的攻击性程度不比其他条件下产生的高，与此相反的是，当受害者是女性时，攻击性色情文学比其他条件产生的攻击性都高。事实

上，与中性电影相比，非攻击性的色情文学并未增加受众对妇女的攻击性。攻击性非色情文学比中性和色情文学增加了受众攻击妇女的行为，但程度远远落后于攻击性色情文学。

看过攻击性色情文学后，不论是未被激怒的，还是被激怒的实验者都表示出更多的攻击妇女的倾向，但被激怒的被实验者程度要更深些。当攻击行为的结果被系统控制时（如产生正或负结果），攻击性色情文学对被激怒和未被激怒的被实验者产生的影响之间，有了一个有趣的差异。研究发现，负结果并不能增加未被激怒的被实验者的攻击性，但它却明显地增加了被激怒者的攻击性。而正结果的攻击性色情文学使两者的攻击性均明显增加了。

C 理论分析

有四种理论分析攻击性色情文学对攻击性行为产生的影响。它们是：冲动、享乐主义、引出和非限制分析。我们将简略地分析每一个理论，评价它们能否解释已发现的事实。

1. 冲动

有几个心理学理论，如汉（Hull）的“归纳动机”理论（generalized drive）和林德斯莱（Lindstey）的“活泼性”（activation）理论，均认为任一占主要地位的反应都可以由不断增加的冲动产生。广义冲动的概念已经融入了分析色情文学作用的理论分析中，而两者其实都可单独作为一个可解释的概念。此项理论分析认为，色情材料引起的性冲动可能增加有暴力倾向的被实验者的攻击性行为。因此，此项分析只能预言有暴力倾向的被实验者的攻击性行为的增加（例如被实验者被激怒时）。

一项仅基于冲动因素的分析认为，色情文学引起的攻击性行为的程度将随着色情文学引起的性冲动的程度而变化。攻击目标的性别和受害者在强奸过程中的反应这些变量会导致攻击性的程度有差异，但前提条件是，这些变量引起的冲动程度也不相同。

多勒斯戴和伯克未兹作的三项关于攻击性色情文学的研究中，所有的色情电影引起的冲动程度是一样的。但是，只有攻击性的电影增加了被实验者对女性的攻击性。而且多勒斯戴关于攻击性非色情电影的研究说明了不能引起生理冲动的电影引起的攻击性的程度可以高于引起冲动的非攻击性色情电影。这些结果说明，至少对于攻击性色情文学来说，电影引起的冲动在某些条件下也许是个引起攻击性行为的促进因素，但不是必要因素。

2. 享乐主义

另一个理论分析由吉曼（Zumann）和他的同事提出，他们认为，冲动（潜在的激动）在色情文学引起的攻击性行为中扮演了一个重要角色，但享乐主义的刺激也可看作是一个重要的因素。享乐主义提供了哪些刺激是有趣的，哪些是无趣的判断。根据此项陈述，冲动和享乐一起对攻击性行为产生了影响。因此，产生积极情绪的不引起冲动的色情文学引起的攻击性程度最低。不引起冲动的而易产生消极情绪的色情文学和引起冲动的产生积极情绪的色情文学将导致受众的攻击性略有增加。引起冲动并引发消极情绪的色情文学引起的攻击性程度最高。

应指出的是，包含两因素的此项陈述是为了说明非攻击性色情文学影响了男性被实验者对男性目标采取的攻击性行为，还有事实证明，此种分析也与含有攻击性因素的色情文学对两性之间攻击性行为产生的影响有关，但攻击性色情文学对男性向女性施用暴力的影响与此类陈述不相合。此种陈述仅局限于被实验者对色情文学产生的反应，与现有资料相反，此类陈述并不能预言，不同类型的色情文学对男性向女性目标的暴力行为产生的影响会有所不同。而且，如果强奸场面中受害者的反应能改变观众的情感状态的话，引起愉快感越多的影片导致的攻击性的程度会越低。马来玛斯等提供的资料显示，有正结尾的攻击性色情文学比负结尾的更能使人产生积极情绪，然而多勒斯戴和伯克未兹却发现，当被实验者没有被激怒时，有正结尾的影片反而导致了更多

的攻击性，对于被激怒的被实验者来说，看完这两部不同类型的电影后，攻击性上并无差别。

3. 引起

伯克未兹提出的关于媒介作用的解释强调了刺激—反应(S-R)之间的联系。根据此项陈述，媒介刺激引起了与不同刺激类型相关的反应(如感情、思想、行为)。伯克未兹由此认为，媒介的收听、收看者对环境中的某种刺激，冲动地产生了反应，不[仅]是因为限制他的条件弱化了或者他期望从他的行为中获得乐趣，而是因为环境的刺激引起了期望的或准备在环境中作出的反应。因此，描写男性攻击女性的攻击性色情文学最可能引起的反应是与媒介中描写的行为联系最紧密的反应。以此项陈述为基础，可以预言，描写攻击女性的描述更可能影响攻击女性而不是男性目标，因为个人受刺激的特点是一个影响媒介描写的重要因素。上述的描写攻击女性和攻击男性目标的色情文学的作用之间的巨大差异与这个陈述一致。而且，在有负结果的影片中，攻击性色情文学对攻击性行为产生的影响，对于想攻击某人的观众来说，是最大的。然而，用此项陈述却很难解释对于未被激怒的被实验者来说，有正结果而不是负结果的攻击性色情文学会产生更多的攻击性。

4. 非限制

限制性和非限制性作用作为模式影响的主要方面，已被班都拉(Bandura)广泛地讨论过了，这些作用被看作主要由伴随模式行为的奖惩结果而决定，间接地知道奖惩结果会加强或削弱对被观察者相似行为的限制。

非限制性解释认为只有当被实验者有攻击的倾向，而且此倾向可能较少地受到限制时，或媒介暗示观众被期望作出攻击性行为时，攻击性色情文学之类的传播内容才会影响观众的攻击性。即使有此倾向的被实验者可能被激怒，非限制性作用也会影响未被激怒者的攻击性行为，只要这些个人因为其他因素还有攻击的

倾向的话。攻击性色情文学通过暗示攻击性行为并不会导致负结果而可能导致正结果来对攻击性行为不加限制。很明显，正如资料说明的那样，这种解释预言，有正结果的攻击性色情文学会导致攻击性行为的增加。

用此种解释来预言带负结果的攻击性色情文学的影响，得出的结论并不十分清楚。在描述受害者痛苦的媒介内容对观众产生的影响这一问题上，存在着不同意见。对于未被激怒的被实验者来说，研究人员一致认为，媒介内容将会限制攻击性行为。而对于被激怒的被实验者来说，有些研究人员认为，媒体内容中暗示的痛苦也许会增加对被实验者攻击性的限制，因此它使个人感受到了他们曾经感受到的痛苦。而另外一些研究人员则认为，对于处于此状态下的个人来说，受害者的痛苦也许会加强攻击性。有资料表明，有负结果的强奸场面的描写对于某些被实验者来说，的确能引起性冲动（进而加强攻击性）。总之，根据非限制解释，我们并不十分清楚有负结果的攻击性色情文学会减少还是增加观众的攻击性。因此，非限制性并不能很好地解释攻击性色情文学提高了被激怒的被实验者的攻击性。

5. 手段的多样性

上述根据现有对媒介作用的不同解释的讨论告诉我们，引出理论和非限制性理论和现有资料大部分一致，但它们都不能单独解释已有的发现。资料指出了一个多种手段共同使用的趋势，其中S-R联系可能与低度的非限制理论一起扮演重要角色。很明显，引出理论和非限制理论并不相容，但也可以一起运用。进一步来说，不同的方法、手段可用于不同的实验条件中。

D 用来估计攻击性的“构筑有效性”

根据在实验室中得来的攻击性色情文学会影响攻击妇女的行为的发现，我们有理由对此类大众媒介刺激物的泛滥引起广泛的社会关注。然而，要把现有资料中得出的结论应用于实验室外环

境下的社会行为，必须检验实验的方法是否具有“构筑有效性”。这与估计攻击性行为十分相关，因为在实验室中很难估计攻击性色情文学影响下的非实验室环境中的攻击妇女的行为。研究人员普遍把“伯斯范式”（Buss Paradigm）中的构筑有效性作为度量攻击性的手段，但在得出结论之前，应估计一下这些手段是否可用于真实世界中的攻击妇女的行为，这些攻击行为包括与性相联系的感情和态度。

克罗拔（Crobach）和米尔（Meehl）在讨论构筑有效性时认为，要估计一个方法是否有效，应看一下在理论预测的模式中它是否与其他的反应或手段相联系。根据这个观点，马来玛斯设计了一个实验，旨在研究在实验室环境中，用来估计引起强奸或其他对妇女的攻击性行为原因的方法是否可以预测“正常”男子对妇女的攻击性行为。虽然他并未假定实验室中的攻击性行为会是实际中强奸犯罪的类似物，但有大量推理认为强奸是一种针对妇女的攻击性行为。最近资料显示，在人群中，虽然有大量的男子并未真正有过如强奸之类的暴力行为，但他们有很高的倾向意欲对女性施暴，如果估计导致强奸或其他对妇女的攻击性行为的原因的方法可以在实验室条件下成功地预测攻击性行为，那么它将会给法律网中的构筑有效性提供有力的支持，这个法律网由以下组成：（1）成为预测手段发展基础的理论；（2）预测强奸和其他攻击妇女行为的手段；（3）实验室环境下对攻击性行为作出估计的方法，此方法可作为检验理论和进一步优化预测方法的基础，并有助于得出非实验条件下的结论。

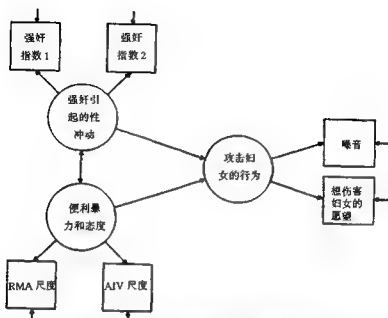
马来玛斯的实验分两步进行。第一步是估计引起强奸和其他攻击妇女行为原因的两因素。从大众中抽取的41位男性被实验者大部分是大学学生。要估计的第一个因素是“强奸引起的性冲动”，此因素由阿贝尔发明的强奸指数来测量，阿贝尔的强奸指数在本文前面已经介绍过了，强奸指数中的两项指标是分开测量的，前后相隔大约数周，并且用了不同的强奸描写和双方同意

的性行为的描写来测量它们。正如前面所提，阿贝尔等认为用这种方法可以估计出考察对象是否有“强奸倾向”。

第一步实验中的第二个因素是便利暴力的态度。它由伯特（Burt）提出的强奸幻想的接受程度（RMA）和个人间暴力的接受程度（AIV）两个尺度测量。这些尺度隐藏于实验的许多其他条目中，因此，被实验者并不清楚它们的特别目的。如前所述，伯特总结道，这些对待强奸和暴力的态度有助于我们了解强奸行为是否会发生。

被实验者完成实验第一步几天后，第二步的实验便开始了。这一阶段是估计强奸行为。被实验者并不知道两步实验间有何关系，他们认为他们参与的是两项完全没有关系的实验。这样有助于消除指令性的影响（demand characteristic）。在第二步的实验中，被实验者为一位妇女激怒，然后被实验者得到一次机会，可用噪声来假装惩罚一下这位妇女。当然，被实验者尔后被问及他们是否有用噪音来惩罚她的欲望。

实验结果表明，第一步实验中采用的方法成功地预言了第二步实验中可能会出现的行为。相关资料和用带有显性和隐性的变量的“因果律”模式分析出的结果都清楚地说明了这一点。“因果律”模式见图8，名为“强奸引起的性冲动”的隐性变量由强奸指数中的两个指标来确定，第二个隐性变量是“便利暴力的态度”，由RMA和AIV确定。名为“对妇女采取的攻击性行为”的隐性变量由噪音的大小程度和被实验者自我袒露的想攻击妇女的愿望的强烈程度来确定。图8中，从“强奸引起的性冲动”和“便利暴力的态度”到“对妇女采取的攻击性行为”的因果律路径由LISREL IV测定。研究人员发现“因果律”模式可成功地反映现有的资料，而且两个通向攻击性行为的路径都十分重要。总的来说，“强奸引起的性冲动”和“便利暴力的态度”两个变量可以说明“针对妇女的攻击性行为”变量发生的变化中的43%。



与现实世界中对妇女侵犯相关的因素模式。作为试验性侵犯的预测 (N Malmuth)。

图 8

近年来，马来玛斯和彻克想要拓展上述发现中的一方面：以测定对待攻击的态度为基础预测攻击性行为是否会发生。除了使用 RMA 和 AIV 尺度外，他们还为本研究特意发明了一种叫“对暴力普遍接受度”的尺度 (GAV)，用于 76 位男性大学本科生，结果表明，RMA 和 AIV 成功地预言了攻击妇女的行为，但 GAV 却没有。实验资料仍与上面的研究结果一致：攻击性色情文学引起的男性攻击女性的行为和男性攻击男性的行为是不一致的。

五、道德方面的考虑

近来，人们开始关注研究工作道德伦理方面的问题，因为这

项研究给被实验者看攻击性色情文学作品，特别是那些描绘强奸幻想的作品。这些关注促使研究者们试图在简化实验过程时仍保持试验的有效性。简化过程中将剔除强奸幻想代以之更准确的信息，研究者们花了4个月的时间来研究简化后的实验是否仍然有效，同时，被实验者也并不知道他们现在参加的实验与他们以前参加的实验有关。

研究结束发现，整个研究过程（包括简略部分）降低了被实验者对强奸幻想的接受度，研究资料说明，简略部分中包含的信息足以使某些态度发生变化，但当被实验者同时看了描述强奸幻想的攻击性色情文学和特别描述幻想的简略部分时可以最有效地降低对强奸幻想的接受度。

对于专门研究色情文学中的暴力行为可能引起的伤害的研究者来说，这些资料十分重要，因为研究的参与者若遭到不利影响，将会阻碍未来的研究，只有发现简略了的研究过程可能产生良性影响，未来的研究工作才会得以顺利开展。但是凭借这些资料并不可以认为简化一切实验过程都是可行的。很重要的一点便是，此领域的研究者们设计的简化过程是适用于不同的研究资料的，而且可能的话他们将随时测定这些过程是否有效。

六、结论及未来的部分

本文已讨论过的来自实验室和实地实验的资料都支持了下面的论断：接触大众传媒中带有暴力和色情内容的刺激会增加受众的性暴力幻想、对攻击性行为的接受度、强奸幻想和攻击性行为，这些发现得自于研究未被研究人员编辑处理过的市场上可买到的刺激物和编辑过的刺激物（但它们可以被系统处理来研究某一特定内容的影响力）。刺激物产生的影响是立竿见影的，或者几天后出现，而且资料显示，攻击性色情文学可使有相对较高攻击性倾向的个人产生比较低攻击性倾向的人更多的性冲动。研究

还发现了双向因果关系，即攻击性倾向导致了对攻击性色情刺激物产生更大兴趣，而接触此类刺激物又提高了攻击性倾向。

A 刺激物的特点

根据斯坦勒（Steinem）提出的区分，本文中研究所用的攻击性色情刺激物均可归入“明显强制性”一类。研究发现的结果是不是仅限于此类刺激物呢？还是也可适用于其他更含蓄或间接描写男女之间不平等力量的刺激物？换句话说，攻击性和非攻击性色情文学之间是否有明显的区分？把强调“共有欢愉”的色情刺激物和强调暴力的攻击性色情文学区分开来是不是更准确一些呢？未来还将研究一类色情文学的作用，此类色情作品描绘了男女之间不平等的关系，但没有明确地描述暴力的内容。

有一个问题是关于可能带来反社会影响的攻击性色情文学的类型。马来玛斯和彻克发现，当全国电视播放了不是明显的 X 等级的色情电影后，攻击妇女行为的接受程度增加了，而这些电影主要内容不是攻击性的色情文学。可能是明确表明自己是色情物的色情电影所描述的内容会被人们看作是不现实的，使人们不愿意毫无选择地接受它传播的所有信息。相反，研究人员们采用的电影的类型可能传达了关于妇女对暴力行为反应的细微的错误信息，并可能带来潜在影响，因为观众们并没有被“X 级”或“色情”之类的标签“预先警告”过。同样，像《花花公子》或《楼顶屋》之类描写性攻击的合法刊物可能会比“硬核”色情文学中的类似描写有更大的影响力。我们需要特别研究此类出现攻击性色情描写的内容。

B 被实验者的特点

上述资料大多讨论了攻击性色情文学对被实验者产生的影响，在未来研究中，很重要的一方面便是系统研究被实验者的特点和攻击性色情文学的影响两者之间的关系。如前所述，虽然已

有一些人研究了个人差异和攻击性色情文学引起的性冲动之间的关系，但是，却很少有人研究攻击性色情文学在影响幻想、态度、信念、攻击性行为时，个人变量所起的调节作用。此领域最初的研究认为，在看完攻击性色情文学后，那些一开始便有强奸幻想倾向的被实验者会对此幻想的接受程度会升至最高。但是，我们还要进一步系统地研究攻击性色情文学对不同个人的影响，这些个人可能在攻击性倾向、对暴力和男女之间关系的类似活动、对妇女的敌意、以前是否接触过色情作品、社会刻板成见中的性角色、性经历等方面有所不同。要选择特定的变量须以前面讨论过的引起和非限制分析之类的理论陈述为指导。

C 环境特点

在讨论大众媒介中的暴力描写对儿童暴力的影响时，帕克等(Park et al) 强调有必要提出一个问题：“在自然状况下这种影响会怎样发生呢？”研究攻击性色情文学也同样需要强调这一点。虽然实验室中进行的实验为决定攻击性色情文学是否影响个人的攻击性倾向提供了一个有用的框架，但在这一点上，我们还需要进一步研究在自然状态下，此类大众媒介刺激物的影响程度。为了实验这个目标，需要多方面的研究手段，包括使用统计对照组的联合分析、实验室和实地实验。

我们需要不同人群接触攻击性和其他类型色情文学的情况的调查资料。我们应该应用发展理论模式来获取有关人们接触此类媒介刺激物的动机和接触效果的信息。模式的完善不仅需要色情文学消费情况的信息，还需要个人其他方面的情况。而模式的检验则需要实验研究，来检测在其他媒介刺激物存在的情况下，攻击性色情文学的不同“剂量”会产生什么样的长期效果。因果模式在检验理论方面是有用的，但不适用于实践操作（如检测儿童时期的经历是否会影响色情文学的作用）。如果我们想全面地研究这一假定，即攻击性色情文学和其他相关大众媒介刺激物在创

造助长攻击妇女的文化氛围中扮演了一个重要的角色的话，我们十分需要把研究的战略多样化。

(张敏敬译，译自：L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Psychology*, New York: Academic Press, 1982, pp. 103-136)

参考书目：

- Abel, G. G., Barlow, D. H., Blanchard, E., & Guild D. The components of rapists' sexual arousal. *Archives of General Psychiatry*, 1977, 34, 895-903.
- Abel, G. G., Becker, J., Murphy, W., & Flanagan, B. *Identifying dangerous child molesters*. Paper presented at the 11th Banff International Conference on Behaviour Modification. Banff, Canada, 1979.
- Abel, G. G., & Blanchard, E. B. The measurement and generation of sexual arousal in male deviates. In M. Hersen, R. M. Eisler, & P. M. Miller (Eds.), *Progress in behavior modification* (Vol. 2). New York: Academic Press, 1976.
- Abel, G. G., Blanchard, E. B., & Becker, J. V. Psychological treatment of rapists. In M. Walker & S. Brodsky (Eds.), *Sexual assault: The victim and the rapist*. Lexington, Massachusetts: Lexington Books, 1976.
- Abel, G. G., Blanchard, E. B., & Becker, J. V. An integrated program for rapists. In R. Rada (Ed.), *Clinical aspects of the rapist*. New York: Grune & Stratton, 1978.
- Amoroso, D. M., & Brown, M. Problems in studying the effects of erotic material. *The Journal of Sex Research*, 1973, 9, 187-195.
- Bandura, A. *Aggression: A social learning analysis*. New York: Prentice-Hall, 1973.
- Bandura, A. *Social learning theory*. New York: Prentice-Hall, 1977.
- Barbaree, H. E., Marshall, W. L., & Lanthier, R. D. Deviant sexual

- arousal in rapists. *Behaviour Research and Therapy*. 1979. 17, 215—222.
- Baron. R. A. The aggression-inhibiting influence of heightened sexual arousal. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1974. 30, 318—322.
- Baron. R. A. *Human aggression*. New York: Plenum. 1977.
- Baron. R. A., & Byrne. D. *Social psychology: Understanding human interaction*. Boston, Massachusetts: Allyn & Bacon. 1977.
- Baron. R. A., & Eggleston. R. J. Performance on the "Aggression Machine": Motivation to help or harm? *Psychonomic Science*. 1972. 26, 321—322.
- Bart. P., & Jozsa. M. Dirty books, dirty films and dirty data. In L. Lederer (Ed.), *Take back the night: Women on pornography*. New York: Morrow. 1980.
- Bentler. P. M. The interdependence of theory, methodology and Empirical data: Causal modeling as an approach to construct validation. In D. B. Kendel (Ed.), *Longitudinal research on drug use*. New York: Wiley, 1978.
- Bentler. P. M. Multivariate analysis with latent variables: Causal modeling. *Annual Review of Psychology*, 1980, 31, 419—456.
- Bentler, P. M., & Bonnett. D. G. Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 1980, 88, 588—606.
- Berkowitz. L. The contagion of violence: An S-R mediational analysis of some effects of observed aggression. In W. J. Arnold & M. M. Page (Eds.), *Nebraska symposium on motivation* (Vol. 18). Lincoln, Nebraska: Univ. of Nebraska Press, 1970.
- Berkowitz. L. Sex and violence: We can't have it both ways. *Psychology Today*, May 1971, pp. 14—23.
- Berkowitz, L. Some determinants of impulsive aggression: Role of mediated associations with reinforcements for aggression. *Psychological Review*, 1974, 81, 165—176.
- Berkowitz, L., & Donnerstein, E. External validity is more than skin deep: Some answers to criticisms of laboratory experiments (with special reference

- to research on aggression). *American Psychologist*, 1982, 37, 245-257.
- Berkowitz, I., & Frodi, A. Reactions to a child's mistakes as affected by her/his look and speech. *Social Psychology Quarterly*, 1979, 42, 420-425.
- Briddell, D., Rimm, D., Caddy, G., Krawitz, G., Sholis, D., & Wunderlin, R. Effects of alcohol and cognitive set on sexual arousal to deviant stimuli. *Journal of Abnormal Psychology*, 1978, 87, 418-430.
- Brownell, K. D., Hayes, S. C., & Barlow, D. H. Patterns of appropriate and deviant sexual arousal: The behavioral treatment of multiple sexual deviations. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 1977, 45, 1144-1155.
- Brownmiller, S. *Against our will: Men, women and rape*. New York: Simon & Schuster, 1975.
- Burt, M. R. Attitudes supportive of rape in American culture. *House Committee on Science and Technology, Subcommittee Domestic and International Scientific Planning Analysis and Cooperation: Research into violent behavior: Sexual assaults. Hearing*, 95th Congress, 2nd session, January 10-12, 1978. Washington, D. C.: Government Printing Office, 1978. pp. 277-322.
- Burt, M. R. Cultural myths and supports for rape. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 38, 217-230.
- Carroll, J. S. The effect of imagining an event on expectations for the event: An interpretation in terms of the availability heuristic. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1978, 14, 88-96.
- Ceniti, J., & Malamuth, N. *Self-assessed rape proclivity: Attitudinal and sexual correlates*. In preparation. 1981.
- Cerny, J. A. Biofeedback and the voluntary control of sexual arousal in women. *Behavior Therapy*, 1978, 19, 847-855.
- Check, J. V. P., & Malamuth, H. *Can participation in pornography experiments have positive effects?* Paper presented at the annual meeting of the American Psychological Association, Los Angeles. August, 1981.
- Check, J. V. P., & Malamuth, N. *Sex-role stereotyping attitudes and re*

- actions to stranger and acquaintance rape. Submitted for publication 1982
- Chark, I. , & Lewis. D. *Rape: The price of coercive sexuality* Toronto: Women's Press. 1977.
- Commission on Obscenity and Pornography. *The report of the commission on obscenity and pornography*, New York: Bantam, 1970.
- Cronbach. L. J., & Meehl, P. Construct validity in in psychological tests *Psychological Bulletin*, 1955, 52, 281—302.
- Davis, K. E., & Braucht, G. N. Exposure to pornography. character and sexual deviance: A retrospective survey. *Technical reports of the Commission on Obscenity and Pornography* (Vol. 7). Washington, D. C.; U. S. Government Printing Office, 1971.
- Diamond. I. Pornography and repression : A reconsideration *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 1980. 5, 686—701.
- Donnerstein. E. Pornography and violence against women. *Annals of the New York Academy of Sciences*. 1980, 347. 277—288. (a)
- Donnerstein. E. Aggressive-Erotica and violence against women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980. 39, 269—277. (b)
- Donnerstein. E. Erotica and human aggression. In R. Geen & E. Donnerstein (Eds.). *Aggression: Theoretical and empirical reviews*. New York: Academic Press, 1983.
- Donnerstein, E. Aggressive pornography: Can it influence aggression against women. In G. Albee & J. Joffe (Eds.), *Primary prevention of psychopathology* (Vol. 7). Hanover. New Hampshire: University of New England Press. In press
- Donnerstein. E , & Barrett. G. The effects of erotic stimuli on male aggression towards females. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 180—188.
- Donnerstein E , & Berkowitz. L. Victim reactions in aggressive-erotic films as a factor in violence against women *Journal of Personality and Social Psychology*, 1981, 41, 710—724.
- Donnerstein, E. , Donnerstein. M., & Evans. R. Erotic stimuli and aggression: Facilitation or inhibition. *Journal of Personality and Social Psychology*

- gy, 1975, 32, 237—244.
- Donnerstein, E., & Hallam, J. The facilitating effects of erotica on aggression toward females. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1978, 36, 1270—1277
- Eron, L. D. Prescription for reduction of aggression. *American Psychologist*, 1980, 35, 244—261.
- Eysenck, H. J. *Sex and personality*. London: Sphere Books 1978.
- Farkas, G. M. *Trait and state determinants of male sexual arousal to description of coercive sexuality*. Doctoral dissertation, University of Hawaii, 1979.
- Feshbach, S., Stiles, W. B., & Bitter, E. The reinforcing effect of witnessing aggression. *Journal of Experimental Research in Personality*. 1967, 2, 133—139.
- Freedman, J., & Sears, D. Warning, distraction and resistance to influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 262—266.
- Gager, N., & Schurr, C. *Sexual assault: Confronting rape in America*. New York: Grosset & Dunlap, 1976.
- Geen, R. G. Perceived suffering of the victim as an inhibitor of attack induced aggression. *Journal of Social Psychology*, 1970, 81, 209—215.
- Goldstein, M. J., Kant, H. S., Judd, L. I., Rice, C. J., & Geen, R. Exposure to pornography and sexual behavior in deviant and normal groups. *Technical reports of the Commission on Obscenity and Pornography* (Vol. 7). Washington, D. C.: U. S. Government Printing Office, 1971.
- Goranson, R. E. Media violence and aggressive behavior: A review of experimental research. In L. Berkowitz. (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 5). New York: Academic Press, 1970.
- Hans, V. P. *Pornography and feminism: Empirical evidence and directions for research*. Paper presented at the meeting of the American Psychological Association. Montreal. September 1980.
- Hayes, S. C., Brownell, K. D., & Barlow, D. H. The use of self-administered covert sensitization in the treatment of exhibitionism and sadism

Behavior Therapy. 1978, 9, 283-289.

Henson, D., & Rubin, H. Voluntary control of eroticism. *Journal of Applied Behavior Analysis*. 1971, 4, 37-44.

Hull, C. L. *Principles of behavior*. New York: Appleton. 1943

Johnson, P., & Goodchilds, J. Pornography. Sexuality, and social psychology. *Journal of Social Issues*, 1973, 29, 231-238.

Joreskog, K. G., & Sorbom, D. G. Structural equation models in the social sciences: Specification, estimation and testing. In P. R. Krishnaiah (Ed.), *Application of statistics*. Amsterdam: North Holland Publ., 1977.

Joreskog, K. G., & Sorbom, D. G. *LISREL IV: Estimation of linear structural equation systems by maximum likelihoods methods*. Chicago, Illinois: National Educational Resources. 1978.

Laws, D. R., & Holmen, M. L. Sexual response faking by pedophiles. *Criminal Justice and Behavior*, 1978, 5, 343-356.

Lederer, L. (Ed.). *Take back the night: Women on pornography*. New York: Morrow, 1980.

Liebert, R. M., & Schwartzberg, N. S. Effects of mass media. *Annual Review of Psychology*, 1977, 28, 141-173.

Lindsley, D. B. Emotion. In S. S. Stevens (Ed.), *Handbook of experimental psychology*. New York: Wiley, 1951.

Malamuth, N. Erotica, aggression and perceived appropriateness. Paper presented at the 86th annual convention of the American Psychological Association, Toronto, September 1978.

Malamuth, N. Rape fantasies as a function of exposure to violent sexual stimuli. *Archives of Sexual Behavior*, 1981, 10, 33-47. (a)

Malamuth, N. Rape proclivity among males. *Journal of Social Issues*, 1981, 37, 138-157. (b)

Malamuth, N. Factors associated with rape as predictors of laboratory aggression against women. *Journal of Personality and Social Psychology*, in press.

Malamuth, N., & Check, J. V. P. Penile tumescence and perceptual responses to rape as a function of victim's perceived reactions. *Journal of Ap-*

- plied *Social Psychology*, 1980, 10, 528—547. (a)
- Malamuth, N., & Check, J. V. P. Sexual arousal to rape and consenting depictions: The importance of the woman's arousal *Journal of Abnormal Psychology*, 1980, 89, 763—766. (b)
- Malamuth, N., & Check, J. V. P. *Debriefing effectiveness following exposure to pornographic rape depictions*. Paper presented at the annual convention of the Canadian Psychological Association, Toronto, June 1981. (a)
- Malamuth, N., & Check, J. V. P. *The effects of exposure to aggressive pornography: Rape proclivity, sexual arousal and beliefs in rape myths*. Paper presented at the annual convention of the American Psychological Association, Los Angeles, August 1981. (b)
- Malamuth, N., & Check, J. V. P. The effects of mass media exposure on acceptance of violence against women: A field experiment. *Journal of Research in Personality*, 1981, 15, 436—446. (c)
- Malamuth, N., & Check, J. V. P. *Factors related to aggression against women*. Paper presented at the annual convention of the Canadian Psychological Association, Montreal, June 1982.
- Malamuth, N., & Check, J. V. P. Sexual arousal to rape depictions: Individual differences. *Journal of Abnormal Psychology*, in press.
- Malamuth, N., Haber, S., & Feshbach, S. Testing hypotheses regarding rape: Exposure to sexual violence, Sex differences, and the "normality" of rapists. *Journal of Research in Personality*, 1980, 14, 121—137. (a)
- Malamuth, N., Heim, M., & Feshbach, S. Sexual responsiveness of college students to rape depictions: Inhibitory and disinhibitory effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 38, 399—408. (b)
- Malamuth, N., Reisin, I., & Spinner, B. *Exposure to pornography and reactions to rape*. Paper presented at the 87th annual convention of the American Psychological Association, New York, August 1979.
- Malamuth, N., & Spinner, B. A longitudinal content analysis of sexual violence in the best-selling erotic magazines. *The Journal of Sex Research*, 1980, 16, 226—237.
- Nelson, P. A. *A sexual functions inventory*. Doctoral dissertation, University

ty of Florida, 1979.

- Parke, R. D., Berkowitz, L., Leyens, J. P. West, S. G., & Sebastian, R. J. Some effects of violent and non-violent movies on the behavior of juvenile delinquents. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10). New York: Academic Press, 1977.
- Quinsey, V. L., & Carrigan, W. F. Penile responses to visual stimuli. *Criminal Justice and Behavior*, 1978, 5, 333-341.
- Quinsey, V. L., & Chaplin, T. C. *Stimulus control of rapist's and non-sex offender's sexual arousal*. Unpublished manuscript, 1981.
- Quinsey, V. L., Chaplin, T. C., & Carrigan, W. F. Biofeedback and signaled punishment in the modification of inappropriate sexual age preferences. *Behavior Therapy*, 1980, 11, 567-576.
- Quinsey, V. L., Chaplin, T. C., & Varney, G. A comparison of rapists' and non-sex offenders' sexual preferences for mutually consenting sex, rape, and physical abuse of women. *Behavioral Assessment*, 1981, 3, 127-135.
- Schmidt, G. Male-female differences in sexual arousal and behavior. *Archives of Sexual Behavior*, 1975, 4, 353-364.
- Sherif, C. W. Comment on ethical issues in Malamuth, Heim, and Feshbach's "Sexual responsiveness of college students to rape depictions: Inhibitory and disinhibitory effects." *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 38, 409-412.
- Smith, D. G. The social content of pornography. *Journal of Communication*, 1976, 26, 16-33. (a)
- Smith, D. G. Sexual aggression in American Pornography: *The stereotype of rape*. Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, New York City, 1976. (b)
- Steinem, G. Erotica and pornography: A clear and present difference. In L. Lederer (Ed.), *Take back the night: Women on pornography*, New York: Morrow, 1980.
- Swart, C., & Berkowitz, L. The effect of a stimulus associated with a victim's pain on later aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 33, 623-631.

- Tannenbaum, P. H. Emotional arousal as a mediator of erotic communication effects. *Technical Report of the Commission on Obscenity and Pornography* (Vol. 8). Washington, D. C.: U. S. Government Printing Office, 1971.
- Tannenbaum, P. H., & Zillmann, D. Emotional arousal in the facilitation of aggression through communication. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 8). New York: Academic Press, 1975.
- Thomas, M. H., Horton, R. W., Lippencott, E. C., & Drabman, R. S. Desensitization to portrayals of real-life aggression as a function of exposure to television violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977, 35, 450—458.
- Tieger, T. Self-rated likelihood of raping and the social perception of rape. *Journal of Research in Personality*, 1981, 15, 147—158.
- Time Magazine. *The porno plague*. April 5, 1976, 58—63.
- Tversky, A., & Kahneman, D. Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 1973, 5, 207—232.
- Village Voice. *Pretty poison: The selling of sexual warfare*. May 9, 1977, 18—23.
- Zillmann, D., Bryant, J., & Carveth, R. The effect of erotica featuring sadomasochism and bestiality on motivated intermale aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1981, 7, 153—159. (a)
- Zillmann, D., Bryant, J., Comisky, P. W., & Medoff, N. J. Excitation and hedonic valence in the effect of erotica on motivated intermale aggression. *European Journal of Social Psychology*, 1981, 11, 233—225. (b)
- Zillmann, D., & Sapolsky, B. S. What mediates the effect of mild erotica on annoyance and hostile behavior in males? *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977, 35, 587—596.

● 计算机媒介传播

以电脑为媒介的传播： 非人际性、人际性和超人际性的互动^①

约瑟夫·B. 瓦尔特
(Joseph B. Walther)

当今时代，对于电脑传媒的使用和研究得到了突飞猛进的发展。但是，在研究它的人际特点时，所得的结果却大相径庭。从媒介诞生以来，有许多研究方向，人们通过观察，对这些方向进行研究，目的是得出综合性的理论，使得传播适用于各种不同的情境。首先，是对传媒的非人际性的效果进行研究，也就是传媒降低了人的影响力。众所周知，一些新的理论和研究向我们阐释了媒介在规范的人际交流中的用处。如果从这个有利的角度看，我们倒可以反推出这样的理论，也就是在使用媒体时需要故意降低人的影响力，因为交流的非人际性有时是有助处的，而且从中我们也可以得出有关“小组决议一致性体系”的效果。另外，媒介有时会有助于超出正常人际交流范围的传播，在这里我们会介绍一种新的研究发现——超人际传播。以电脑为媒介的传播往往会扩大人与人的交流，我们会就其中的接收者、发出者、渠道和反馈等因素进行分析，共同探讨“超人际性传播”的过程。

以电脑为媒介的传播（简称 CMC）效果，何时是有利的，何时是不利的？为什么同样的一种技术既被看成有局限性又可以

说是带来了解放？有关 CMC 的一个研究方向是这样阐释它的假定的：“许多管理上的问题太复杂太麻烦了；仅从正规渠道中得出的信息是不足以有效的增进了解的。个人的信息才更具洞察力”（Daft and Lengel, 1984, p. 201）。由此发展出一种诠释 CMC 的研究方向，被称做“写作传播”，这种研究方向对于多功能性的传播而言，面儿实在是太窄了。

在另外一种研究方向中，以电脑为媒介所传递的信息被认为是不正确的或无效的，尤其是在需要人际交流的情境中，因为此时媒介“无法提供充足的社会信息”（Dubrovsky, Kiesler, and Sethna, 1991, p. 119）。仔细地思考一下这些研究方向，人们一定问，如果 CMC 不利于实现传播的多功能性和社会性，那么 CMC 到底有什么用处呢？人们为什么要使用它呢？就这个问题，我们来参照以下报告：1991 年美国公共和私有系统内共有 1900 万个 e-mail 地址（电子函件总会，1991），1994 年全球估计有 2000—3000 万个 e-mail 地址（Negroponte, 1995）；在美国共有 45000 多公共电子布告牌（Richard, 1993），从 1986 年起，因特网以每年两倍的速度增长（Quateman and CarlMithell, 1993, p. 34）。与 CMC 一开始的功能相比，它不仅仅被用做在两人之间传递单一的信息。如果你经常地使用它，你就已经知道它不仅如此。然而，当人们就这个课题的资料进行研究时，有关电脑网络的传播特性仍处于争议和考验的过程中，并且不能得到更好的理解。

尽管一些新用户和未掌握电脑技术的人仍怀疑 CMC 不适宜人际交流，但是越来越多的报告显示 CMC 是适用于人际交流的，有时效果会与面对面的交流（FtF，以下简称“面对面”）相同，甚至在某些方面超过 FtF。正是这些不断变化的力量带来了更新的现象，比如“网络友情”和“虚拟社区部”（参考 Jones, 1995）。在书店里，你会发现一些书对 CMC 的评价更极端，比如“网络爱情”或“爱情比特：网络约会手册”（FOX，

1995)。当然，媒介是无固定效果可言的，或者说根本就无效果，因为对于 CMC 的使用是在各种不同的条件下，这就会导致差别很大的结果。但是，在所有这些结果中，有一些起作用的因素是共同的。

在以下的两段中，我会就 CMC 重新定义，并且谈一谈它的两种人际交流效果。首先，我们尽力将 CMC 中有关非人际和人际的交流效果的理论和研究综合起来，不是支持其中一个特点或摒弃另一个，而是找出一些适用于这两种效果的条件，在某些特定的情境下，这两种效果都是必要的而且是有用的。这样的话，我们需要换一个角度来思考：通过确定一些有助于 CMC 人性化的因素，我们可以反推出一些方法，也就是通过 CMC 在交流中故意降低人的影响力。这一思考角度对于“支持群体决策体系（GDSS）”的结构和效果的概念化有益处，这个体系的特点是通过削弱人际交流来达到小组决议的一致性。

第二点是，通过 CMC 达到亲密、团结和喜爱这些人际交流中的较高层次，有关这一新视角的事实或小趣闻已经被观察到并记录下来。从媒介属性、社会现象和社会心理化过程来综合分析 CMC，发现它实际超过了面对面人际交流的效果，也就是它的超人际性。无论是在个人还是公众的情况下，对 CMC 的综合分析以及产生的效果均适用于各种各样的群体交流。分析一下媒介传播中的信源、接收者、渠道和反馈的因素以及它们之间的关系，就会印证 CMC 的超人际交流的效果，这些因素帮助我们通过 CMC 人际交流时达到更高更深的层次。

从非人际性到人际性及逆转

CMC 的非人际性：仅是完成工作

有关 CMC 的早期研究向人们显示，它在人际交流中降低了人的影响力，如果我们来回顾一下 CMC 的发展史就可以知道其

中原因。一开始人们由于大量剩余的信息和安全原因，将大型的电脑连接起来，却无意间产生了 CMC。除了输送数据，操作者们还发现可以互相输送简单的信息。慢慢地，CMC 被用作远距离传送紧急信息（参见 Hiktz and Turoff, 1978; Rapaport, 1991; Rheingold, 1993），它逐渐从简单的分层传递系统转变成专为群体传播服务的应用设施。随着它进一步发展，人们开始考虑，CMC 是否可以省去人们为了开会不得不进行的长途跋涉，而且通过 CMC 举办会议是否与面对面会议同样有效或是更有效等问题。

当人们发现通过 CMC 可以达到协调功能时，研究者开始考察这些交流的有效性和社会特征。重点考察网络用户的行为和即将使用网络的人对这一新媒介的看法。有关 CMC 的大量调查研究表明，e-mail 的使用和电脑会议无疑降低了交流中人的影响力和群体内部的团结性。人们进行实验，让特别的小组在固定的时间内解决一些任务，实验表明使用 CMC 比面对面会议更专注于解决这些任务。与面对面交流相比 CMC 显然缺少人际间各种各样的会话交谈，所以才会得出 CMC 更专注于解决任务的特点。但是，在某些敌意或亵渎的言辞方面，又远甚于面对面，这也会得出 CMC 具有非人际性、无所禁忌的特点（请参看有关这些研究的最新评论：Garten and Wellmen, 1995; walther, 1994）。感知研究告诉我们，与多信的媒介相比，CMC 并不很适用于人际之间的交流（参见 Rice, 1984, 1993; Rice and Shook, 1990）。

交流中降低人的影响力有何益处？

尽管人们普遍认为人际交流中以“友善”或“亲密”为贵（见 Parks, 1982），在某些时候减少交流中的社会因素或个人情感却是有益处的。从这个意义上讲，如果 CMC 与其他的传播相比，降低了人在交流中的影响力，那么对于那些不强调过深的人际交流的各种交流形式，CMC 很可能是最适合不过的。还有，

CMC 在几项研究中显示,它更专注于解决任务,这被认为是媒介的一大潜力。杜布罗夫斯基(Dubrovsky, 1985)曾说“电脑会议通过规定出基本准则(以任务为主,协调运作,平等参与等)有效地提高了人的理性能力,它慢慢去除了传播中人的情感的成分,重点强调交流的实质并且尽量减少社会的影响力(地位、人与人之间的误解等影响)”(p. 381)。

从组织传播这方面看,减少传播中的社会因素和个人情感,使群体专注于任务的解决,无疑有利于决议的制定并提高工作效率。在斯坦纳(Steiner, 1972)的有关“组织有效性”的理论中,对 CMC 的非人性做了正面的评价,说它有利于组织决议的制定,有关此理论的公式可以说是具有代表意义的:组织实际有效性 = 潜在有效性 - 过程缺失 + 过程收获(DeSanctis and Gallupe, 1987; Huber, 1994; Valacich, Dennis, and Nunamaker, 1991)。“过程收获”指在组织传播中的某些属性使得集体高于决策的个人。“过程缺失”是指在组织传播中不利任务有效解决的方方面面,包括组织内部上层人员的控制,一些低层人员的阻挠以及人与人之间来自行为统一性的压力,这些方面都可能不利对问题的充分研究并找出多种解决方法。通过科技设备来减少社会的和人为的在交流中的抑制作用,借助 CMC 的非人性来专注于问题的解决,无疑会提高工作的效率。除了通过专注任务来达到有效性外,降低组织传播中人的影响力恰巧可以省出大量的时间用来解决任务。因为从组织内部存在的一些个人和社会的因素来讲,对他们之间关系和冲突的管理要花费很多时间和精力,那么任何一种能够减少这方面管理消耗的机制都会有利于任务的解决并提高组织工作效率。根据菲利普和桑托罗(Phillips & Santoro, 1989)的研究,电脑化传播使得用户不再考虑无关的人际关系以及纯理论上的问题,而是专注于解决问题的过程和实质(p. 152)。的确,由斯莫伦斯基、卡莫迪和哈尔孔(Smolensky, Carmody & Halcomb, 1990)所进行的调查研究也

证实了这一点：通过 CMC “成功制订决议”和“人与人交谈的数量”之间成反比。“根据量化研究来看，当人们在工作中通过媒介进行无关的交谈，他们就不会完成足够多的工作任务”（p. 269）。

最后应该谈到的是，大量的研究表明，通过 CMC 来进行人与人之间的讨论比面对面更强调成员的平等参与（参看 Sproull & Kiesler, 1991）。在面对面交谈中地位高或权力大的人会占去大部分时间，而使用 CMC 则体现了参与的平等性。当这个观点第一次被提出来时，在交流中产生的这个效果被认为是它固有的特点，也就是使传播“民主化”（Kiesler, Siegel & McGuire, 1984）。当然，在以后的研究中有人也怀疑 CMC 的这种非人际性效果是否是它固有的。不管怎么说，CMC 都是值得称赞的，因为它带来了非人际传播的成果，促进了电脑网络的早期发展。

为什么 CMC 的非人际性是它固有的特点？

对于这些研究发现，从理论上讲，非人际性是由于缺少非语言暗示，有时也是因为在 e-mail 和电脑会议体系中的交流程度降低了。而这些因素在面对面交谈中都是用来传递个人和情感的信息，正是因为缺少这些因素才影响了用户在人际交流中印象的形成以及对传播情境的认识，并对选择和诠释信息起了压制的作用。“社会存在理论”（Short, Williams & Christie, 1976）预见到，在一种媒介中如果效果的渠道或编码越少，使用者在交流中就越少注意到其他社会参与者的存在。如果社会影响力越小，那么信息就很少受人的影响（参看 Hiltz, Johnson & Turoff, 1986; Rice, 1984; Steinfield, 1986）。斯普劳尔和基斯勒（Sproull & Kiesler, 1986）说，CMC 减少了“社会情境暗示”，包括物质环境和非语言等级地位的暗示（Siegel, Dubrovsky, Kiesler & McGuire, 1986），缺少这些暗示会阻碍人际交流中印象的形成。根据基斯勒（1986），“缺少非语言行为暗示，信息的发出者很难通过信息表达某种情绪，展示个性，实施控制或显示

感召力，交流者享受更多的自由却较少得知对方的个性”（p. 48；参看 Kiesler, 1984）。“信息充分理论”（Daft & Lengel, 1984, 1986）论述到，媒介在传达的信息量上是不同的，这主要根据它所拥有信道的数量，信息反馈是否及时以及语言是否自然通达。传递信息量充足的媒介较适合不太明确的复杂的任务（后期需要人际交流），而信息量少的媒介则适合单一的明确的任务。媒介与任务之间是否相配直接关系到管理的有效性。

这种研究方法被库尔纳和马库斯（Culnan & Markus, 1987）称做“交流暗示缺失”理论。从这个角度看，CMC 比起交流更缺乏社会和人的影响力。既然 CMC 总是会抑制影响交流因素的数量，那根据这个角度，以电脑作传媒时，交流总是非人际性的。就如我们所提到过的，有大量的研究结果验证了这些观点。赖斯和洛夫（Rice & Love, 1987）对这一观点作了简述，“CMC 由于缺少声像信道，被认为是非人际性的，无法进行正常的交流反馈，所以缺少社会因素和个人的情感的互相交流”（p. 88）。但是我们知道事情并不总是这样的。

另一种研究发现

根据多年的研究积累，我们发现 CMC 并不像早期研究所说的那样死板。反面的例子很多，主要集中在交流时间不受限制的研究领域内，比如 e-mail 的有效性和管理传播（Markus, 1994），网络在线聊天带来了友谊和浪漫的爱情（Reid, 1991），商务在线服务（Van Gelder, 1985），多用户的以文本为基础的直观现实系统（有大量的虚拟婚礼，Reid, 1995），同步的网上新闻小组（Parks & Floyd, 1995）；还有各种各样的在线社会爱心组织进行感人的交流（比如 Egendorf & Rahoi, 1994；Rheingold, 1993）。定量分析发现在一些电脑会议和布告牌系统中存在大量的社会化人际交流（参看 Walther, Anderson & Park, 1994）。在试图直接对“交流暗示缺失”的研究方法进行沿用或扩展中，所得的与“信息充足假设”的结论大体相同（Kinney

& Dennis, 1994; Kinney & Watson, 1992) 而与“社会存在”(Foulger, 1990) 和“社会情境暗示预测”(Weisband, 1994; Weisband, schneider, & Connolly, 1995) 假设的结果相反。

除了这些差异,“交流暗示缺失”理论反复出现在报告和评论中(比如 Garten & Wellman, 1995; McGrath and Hollingshead, 1993), 而且旧数据(Sproull and Kiesler, 1995) 和新数据(例如 Straus, and McGrath, 1994) 分析都支持这种理论。

然而,近来的一些文章却认为“交流暗示缺失”理论以及它所暗示的结果是不值得探究的,说它是牵强附会的。例如,拜马(Baym, 1995) 在写有关在线社团发展的文章时曾断言,在1980年中期的研究中将CMC描述为不具有社会化的特点“这种看法在当时是不合理的,现在更站不住脚”(p. 160)。但是排斥这种理论也存在一些问题。根据瓦尔特(Walther, 1994) 对于“交流暗示缺失”理论这个争论焦点,理论家指出:“这种理论是匹死马,不需要再鞭打它了(Fulk, Schmitz, and Schwarz, 1992; Steinfield, 1992)。不幸的是,要摒弃这种理论就得参考新的理论和证据,他们是有关‘媒介选择’而不是‘媒介效果’。像这样的批评在进行‘媒介选择’时并没有谈到有关交流行为的传播渠道的实际效果。更令人怀疑的是,他们在摒弃先前的媒介效果理论时,对于早期调查研究提到的传播差异并没有提出令人信服的解释”(p. 476)。

换言之,许多摒弃“交流暗示缺失”理论的人无法解释那些在实验中得到的结论(要查反证,参看 Spears and Lea, 1992)。在否定了此理论的外在合理性时,他们忽视了内在合理性的问题^②,如果把前者比作婴儿,后者比作洗澡水,那么我们就是把婴儿连同洗澡水泼了出去,忽视了一些很可能有意义的教益。有关这场无声的争论仍未能解决的问题是“为什么CMC在某些研究中显现出非人际性而在其他研究中并未如此,这两者间的差异的原因是什么?”此问题牵涉到在需要的场合我们是否能预料到

CMC 的非人性效果并有效地控制它。

即使是早期支持“社会存在理论”的人也在试图寻找一些能够改变人际交流效果的、介于中间的变量。希尔茨、约翰逊、阿格勒（Hiltz, Johnson and Agler, 1978）和赖斯、洛夫（1987）曾做过这样的假想，用户根据媒介的局限性，学会逐渐调整他们的语言行为。随着时间的推进，这种媒介交流方式就会达到正常的人际交流水平。在研究实验中，时间的长短会对交流产生影响，考察的办法就是尽量避免那种典型的小组实验，在这种实验中，CMC 的使用要受到时间的限制。赖斯和洛夫（1987）对电子公告牌的观察和使用长达几个月。他们的研究发现，对 CMC 的长期使用中，它实际上并不只是专注于任务的解决，而是含有大量的个人情感和社会因素，尽管与此假设相反的一点是，社会和个人因素所占的比例并没有随着时间的推移有所增长。媒介本身是无法衡量出个人和社会因素在交流中到底起了多大的作用，但是有关时间的长短对媒介使用有何影响，还需要研究者对其进行准确的解释。

CMC 的人际效果：与他人建立人际关系

“加工社会信息”理论

几年前，另一套理论提出了可以替换“交流暗示缺失”的一些假设。目的是解释在以往研究中产生的歧异，再有就是解释时间的长短对某些 CMC 使用者在交流中的影响，这些使用者都希望提高 CMC 来加深人际交往。这种方法是采用一种“加工社会信息”角度，基本观点是建立在社会认识论和人际关系发展理论上。这一模式认为使用 CMC 的交流者，就如其他的交流者一样，有强烈的愿望想建立和发展社会关系。为了达到这个目的，CMC 用户一开始通过传递信息与对方结识并形成简单的印象，然后通过长时期的联络，不断加深对对方的了解以检验他们的最初印象，其结果是通过不断积累人际间的了解促进人际交流中的

变化。在以往的理论中 CMC 被认为在人际关系上很死板，而在“加工社会信息”模式中，CMC 的特点则与以往不同，它可以发展正常的人际关系，就是暂时迟了一些。

在 CMC 和面对面交流的过程的关键差异并不是与社会交流的多少有关，而是与其交流的进度有关。这套理论承认在使用 CMC 过程中由于缺少非语言行为暗示，每一次交流所传递的社会信息相对少一些。不过，它也认为在 CMC 人际交流中，用户是有潜力来逐步适应这种以语言行为为惟一的交流渠道的，它也谈到一些进行语言交流的策略，它可帮助我们更好地认识对方并在人际交流中对对方做出正确的推断。然而，如果所有的社会信息，再加上其它的辅助信息，仅通过这一交流渠道传播，而这个传递文字信息的渠道显然比口头传递还要慢，那么我们不得不承认，比起面对面交流，使用 CMC 对信息的发出和解释都相对要慢一些。众所周知，人际交流的效果并不是一下子就可以产生的，它是随信息交流的不断积累而建立发展起来的。所以，我们没有必要争论到底 CMC 的交流双方是否会变得越来越友善，实际上所有的面对面关系也并不都是友善的。然而，最根本的一点是随着信息的不断交流并伴随着人际关系的发展，面对面会带来人际交流的效果，CMC 也不例外。

从这个角度看，就如早期所做的 CMC 实验一样，使用 CMC 的用户由于受到时间限制又只使用单一渠道交流，一定比面对面交流者更专注于任务的完成。由于使用 CMC 来发展社会关系要相应的慢一些，那么在面对面交流中的一段中等长度的时间对于 CMC 使用者来说就可能太短了。他们在这么短时间内不但不能解决任务，更别提发展人际关系了。凯利和麦格拉思 (Kelley and McGrath, 1985) 对不使用媒介的人进行研究，他们发现如果交流的时间短，传播当中的人际关系效果要少得多。如果我们记住这一点的话，就难怪在对 CMC 使用者进行研究时，当时间有限，CMC 就具有非人际关系的效果，而对 CMC 使用者进行

长期的纵向考察时发现交流双方越来越热情友善。在 CMC 和面对面交流中，交流进度显然要受到时间因素的影响。从这点上看，考虑到“加工信息”的进度因素，从前研究所产生的争议就迎刃而解了。

调查研究

在考查这一研究方向时，我们得到了一些有利的证据，不过有些也暗示我们要做一些改动。瓦尔特（Walther, 1993b）曾做过这样一项研究，用来考查在 CMC 和面对面交流者中，人与人之间的印象是如何发展的。这个研究假定面对面的交流者会很快形成对方的印象，而对于 CMC 使用者来说，印象的形成 a) 比面对面要慢，b) 逐步发展，c) 最终与面对面交流者达到同等人际交流水平。通过一种考查“印象发展”的原始方法（Walther, 1993a），参与者在三次面对面会议中碰面或是利用六周时间进行电脑会议。实验证明，这个假说是正确的。人们所预料到的 CMC 与面对面的差异在实验中证实了，但是通过实验我们也看到使用 CMC 中，人与人之间印象的形成与发展是呈递进趋势的。

为了考查面对面和 CMC 长期的人际关系发展，瓦尔特和伯贡（Walther and Burgoon, 1992）对 16 组面对面和 CMC 使用者进行了长期的、反复的有关人际关系的调查问卷（Burgoon & Hale, 1987）。结果显示：a) 在这两种不同的交流方式之间差异很小；b) 面对面和 CMC 的使用者随着时间的推移，在人际交流中达到同等水平的亲密关系；c) 由于交流方式的不同产生的差异很少；d) 使用电脑进行交流的人，实际上比面对面交流者更专注于发展社会关系。尽管这些结果与我们的预料一致，也就是不同的媒介在人际交流中随着时间的推移会达到同样的效果，但是这些结果却没有证实这两种不同交流方式之间任何明显的差异。不管怎么说，就有关人际关系发展而言，发展时间并不长的纵向实验小组应与短期的实验小组结果类似，也就是说，首先至

少 CMC 在发展人际关系的效果上不如面对面交流方式。

然而，纵向实验小组在考查人际关系发展中具有短期实验小组不具备的特点：对未来人际交往的预计。在研究非媒介的人际交流中，人们发现，预料到未来的人际交往会促进交流者寻找更多的信息来了解对方，并表现得更友好，并在商议讨论中采取合作态度。一句话，就是建立积极的人际关系（参看 Kellermann and Reynold, 1990）。在面对面交流中某些人可能会预料到将来会再见，而在 CMC 中，未谋面的交流者双方很可能不再相见。由此人们考虑到，正是由于预料到未来交流的可能性，才会导致在过去的研究中，CMC 与面对面交流行为的不同（Walther, 1992b）。

另外一个实验对这一情况进行了考查。研究中（Walther, 1994），参与者通过面对面会议或电脑会议解决三种任务。使用两种不同交流方式的参与者被告知他们要长期解决并完成这三项任务。其中有一半人被告知在这三项任务中他们将与同样的人共同工作，而另一半人则告知他们每次合作的伙伴都不同。一项任务完成后，结果显示由于预料到以后还有合作的可能，长期合作伙伴与短期合作伙伴在以电脑会议为交流方式中的差异很大，从这一点上远甚于面对面交流方式。进一步的研究显示，在这两种交流手段中，一旦人们意识到以后还有交流的可能，不论是使用电脑或是以面对面为交流手段，人们在人际交往中所表现出的紧迫性、步调一致性、镇定自若和包容性都是非常相似的。这项实验的结果表明，在以往许多次短期实验中所得出的 CMC 具有非人际性并不是此传媒自身带来的效果。相反，CMC 仅仅起了中间人的作用，参与者通过 CMC 可能期望与对方保持联系，或者是不期望。这种对未来交往不预计反过来就会影响到人际交流。

最后，“元分析”（meta analysis）对有关以往 CMC 研究中的时间效果做了考查（Walther, 1994）。此次研究进一步证实了

“社会信息处理”理论，因为此理论目的是要解释在以往研究中长期与短期实验结论的差异。人们就 CMC 与面对面两种不同交流手段进行比较，在 CMC 内部也作了研究。研究中，人们计算了交流中“社会信息”与“专注任务”的比率，人们又就交流时间受限和不受限两种情况的对比率进行了比较。在此次对以往研究的分析中，时间的长短确实起了非常重要的作用。

总的来说，这些研究告诉我们人类的交际活动适应力是很强的，在使用 CMC 交际的各种群体中——即使是那些从未见过面的人——都会利用有效的方式来发展正常的人际关系（有时可能是超常的）。此种媒介为人际交流营造了从未被探索过的空间，而且并不会带来一种长期的令人厌烦的人际交流效果。了解到有关 CMC 促进人际交往的活力，我们应该从一个新的甚至是更高的角度来重新审视 CMC 的非人际性与它的人际性。在否认 CMC 自身具有非人际性的同时，我们应该重点研究是什么关键因素使得 CMC 具有非人际性。

研究收获

通过对 CMC 的非人际性和人际性进行研究，我们得出了尤其适用于群体交流的教益。为了发展正常的人际交往，CMC 的交流双方似乎拥有令人满意的渠道和充裕的时间。一些群体通过开诚布公的讨论或者是一些禁忌，在工作和娱乐的情境交往中发展出了自身的行为规范（分别参见 Finholt and Sproull, McLaughlin, Osborne and Smith 1995）。不过在某些时候人们也渴望发展非人际交流：比如自由讨论、促进民主的平等参与或是无视地位高低都要接受批评。在这些情况下，若仅靠时间和空间就把成员的有效参与集中起来，在这一点上 CMC 的能力是不够的。不过，我们可以利用社会科技的条件使成员更专注于任务的完成并提高工作的效率，这包括减少讨论时间、匿名交流，按顺序进行，安排一些特别的小组，其中的参与者不期望日后还有交

往的可能。我们并不清楚将哪些因素综合起来可以达到具有意义的非人际政策，“支持群体决策”体系通常综合所有的因素。

“支持群体决策”体系具有人们希望达到的非人际效果

人们曾经研究过，由于CMC专注任务的解决，它有效促进了群体决议的制定，在以后CMC设计与使用中也显示了它的这种优势。“支持群体决策”体系是综合了复杂的硬件和软件，它在组织传播过程中预演起到技术上的调停作用（参见例如Dennis, George, Jessup, Nunamaker and Vogel, 1988）。在现在的这套理论中，这种强加的体系往往促进了组织交流中的非人际性效果。概括来讲，支持群体决策就是指组织成员在一间会议室集会，参与者将自己的意见输入电脑，它的意见就会出现在别人的电脑上，这些意见都是不署名的。正是由于匿名的效果，使得参与者感受到很多的自由来各抒己见（Jessup, Connolly and Galegher, 1990）。尤其是地位低的成员，他们可以提出自己对他人想法的意见而不害怕受到批驳（Valacich, Dennis and Nunamaker, 1992）尽管其中存在许多冲突，但这种冲突是为解决问题而不是人际间的冲突，可它是有助于制定决议的（Watson, DeSanctis, and Poole, 1988）。人们曾使用GDSS做过这样的实验，采取两种方式：匿名和署名；采取两种态度：批评指责和支持。结果发现在人际交流的感觉最薄弱的情况下（即匿名/批评情况下），人们进行交流的结果却最好（Connolly, Jessup and Valacich, 1990）。正像威斯班德（Weisband, 1994）指出的那样，“通过匿名输入各自的想法和观点来提高会议的成果，现在已成为并且会继续成为支持群体决策研究中有关电脑自由讨论的焦点”（p. 285）。

支持群体决策也提供了一种同步的交流方式，所以另外一种与人际交流有关的行为——交谈顺序——也是不必要了。小组成员很可能同时把自己的意见输入电脑。讲话人的时间并不会由于分享观点而受到限制，比起面对面讨论，这种交流方式会在很短

的时间里产生更多的意见和想法 (Valacich et al., 1992)。

在面对面交谈中,人们会对某些想法和观点作出评价,这种所谓的人与人之间互相影响的过程,在 CMC 交流中也被冲淡了,因为无论是反面意见还是正面支持都与其发出者无任何联系。另外,在面对面交谈中,交流者可能面临很强的社会压力,迫使他与其他人达成一致性或做出妥协,而在支持群体决策运作体系中,通过不记名投票,采取多数意见而避免了社会压力;在群组投票评估和制定决议等方面都采取了支持群体决策体系先进的科技手段(参看 Kraemer & Pinnseault, 1990)。在桑巴莫塞和普尔(1992)进行的一次有关支持群体决策体系的较细致的调查中,他们对以下两组交流者进行了比较,一组使用相同、单一的并且是匿名的电子交流手段,另一组使用更先进的,但在交谈上受限的并且是匿名的互相进行评估和分析的手段;这两种交流者又与面对面交流者进行比较,并且不受时间限制。尽管参与者在交流之前认为在所有情况下都有可能发生冲突,但是结果显示,使用先进电子设备的交流者提出了最丰富的观点并且在交流中的冲突和歧义最大。不过这一组交流者也利用电子设备达到了更大的一致性。大家对此普遍感到满意。尽管像这样的体系并不被认为会促进非人际性交流,但是惠特克(Whitaker, 1994)在议论使用支持群体决策体系所显现的“盲人”效果时,曾惆怅的以此为题:“尽管身在咫尺,却远在天涯:坐在一起召开远程会议”(p. 248)。他写道:“(这种效果)使得参加者的视野变窄,而且使得他们和他们的合作者的交流变得隔绝。贡献意见和看法,以及随后的“评论”都存在于笔头文字的形式中(也就是通过他们各自的键盘)而不是通过在他们共同拥有的物理空间所提供的这种“自然的”方式(例如,以口头语言,或者是以手势语)。这些活动是通过特定的软件模式来完成的……也是通过进一步的由信息技术支持所规定的分层的相互交流活动来完成的”(p. 249)。尽管在 GDSS 或其他 CMC 交流中故意采取其非人际交流

特点对群体传播是有所帮助的，但是在解决某些任务或想建立令人满意的社会关系中依旧存在某些缺点。

在达到共识中存在的问题

尽管人们认为通过对 CMC 非人际特点进行研究，并将其运用于组织传播中会有利于决议的制定，大量的调查研究结果却是利弊参半的。当交流受时间限制时，比起面对面交流者，CMC 交流者并不会很快达成协议（Hiltz et al, 1978）。研究发现在固定的时间里，CMC 交流者往往要较长时间才制定出决议，与面对面交流者相比，CMC 常常是无法达成最后的决议（Hiltz 1986；Siegal, et al., 1986；参看 Rice, 1984）。一些研究者将此实验结果归咎于这种希望达到最后协议的交流过程，所以这样的交流过程看来是自食其果了；由于在 CMC 中缺少个人和社会以及情感的信息，使得人们无法达到一致性。由于信息传递的数量少，交流者之间又多有歧义，组织上较难，又缺少统一的领导者（Rice, 1984），使得无固定结构系统的 CMC 交流方式无法促进交流者最终达成协议，据说这种目标的实现更大程度上要依靠社会信息以及人际关系的建立。

至于通过延长时间来发展正常的人际关系，这种时间进度问题已在“加工社会信息”研究方向中阐明，它也很可能与领导者、社会影响力以及观点一致性等因素有关。在对 CMC 使用者进行实验中，当参与最终达成协议时要花上比面对面交谈者 4 至 5 倍的时间，而信息的交流数量大致相同，在使用 CMC 最终达成一致性的交流群体中人际关系也得到了发展。正如奇丹叶拉姆、布斯特伦和温（Chidambaram, Bostrom and Wynne, 1991）发现的，通过不受时间限制来使用支持群体决策体系，组织的凝固力和对冲突控制都得到了提高。然而在运用支持群体决策体系进行长期交流中，参与以及人与人之间影响力的平等性也消失了（Weisband et al., 1995）。尽管 CMC 和支持群体决策体系看起来可以带来多种多样的想法和观点，但是当群体确实达到一致性

时，比起非媒介交流的群体而言，在以媒介交流的群体中作出的决议中仍存在少量的分歧（Archer, 1990；Hiltz, Turoff and Johnson, 1989；McLeod, 1992；Pinsonneault and Kraemer, 1990）。在支持群体决策体系中，匿名有利于大量想法和观点的产生，丹尼斯发现（Dennis, 1993）恰恰由于这种匿名做法使得参与者在对产生的想法进行选择时不会如面对面交流者那样记住大量的想法和观点。看来 CMC 的非人际效果有利又有弊。

讨论过 CMC 的非人际性以及特点，接下来的研究工作是考查不同的交流行为分别适合哪种传播方式。例如奥拉尼兰（Olaniran, 1994）在实验中分成两个步骤，先是通过 CMC 进行匿名的、自由讨论，所得出的决议质量最高，然后使用面对面交流方式，对观点作出评价，最后达成一致。就好比那引起专注于解决任务的以非电子媒介为交流方式的群体一样（参看 Delbecq, Van de Ven, and Gustafson, 1975），这种组合方式使得交流行为在第一阶段具有非人际性，而在第二阶段则具有人际性特点。也许在将来人们会发现这种人际与非人际交流的组合方式对组织决议的计划、设计和采纳都是很有帮助的。

由此看来，本以为 CMC 在群体范围传播中是占有优势的，它所产生的实际效果却是相互矛盾的。尽管人们预料到 CMC 是具有非人际性效果的，然而它只在有些时候如此（当时间受限或是通过社会科技因素故意达到这种效果）。在其他时候，工作组和专家们发现 CMC 具有人际交流的功能，而且相当好，尽管人际关系的发展相对地慢一些。当人们得出越来越多诸如此类的研究结果时，很多人开始使用 CMC。没有人会认为此种媒介不利于积极的人际交流。实际上，在使用 CMC 进行交流中，包括一些网络群体，有些利用公告牌进行闲谈，一些人身体有了疾病或是情感上受困惑，其中人们会发现大量的有关人与人之间亲密交流行为的报道。有时人们将那些夸张的信息、过分亲密的反应以

及所建立的人际关系当成趣闻记下来，有时人们则对其进行科学分析。接下来的研究则试图解释这些效果是如何形成的，再一次重点研究 CMC 的交流能力和人的动机。

CMC 的超人际性：社会中的 互动行为和工作群体

与面对面交流行为相比，在某些情况下 CMC 超过了人际交流中的正常情感范畴。这种现象不仅仅发生在主要用来进行社会交际或娱乐活动的电子传媒系统中，比如公告牌、游戏或是聊天，在制定决议的群体或商业情境中也有这种现象发生。我们给这种现象起名为“超人际传播”，也就是说在使用 CMC 进行交流时，比面对面交流更渴望建立和发展社会关系^③。我开始会举一些例子并介绍一些理论方法帮助我们理解这种现象。这些理论方法是很传统的，主要谈到在传播过程中四种不同的但相互联系的因素：接收者、发出者、信道特点和反馈过程。由于此种方法是根据不同的理论得出来的，所以我们最好把它看成是实验性的。传播过程中的各个部分会通过一些例子和理论得到证实，但是我们还不清楚是哪一部分在产生超人际交流效果中起到关键作用。不过，这确实是一种前后一致、并且合乎逻辑的研究方法，它向我们提供了一个新的、更全面的视角用来解释 CMC 效果。

在对“加工社会信息”理论的第一次纵向考查中，曾记录下其中的交流行为，第一个例子就是取自对此交流行为的重新分析。此次的重新分析，从方法论的角度考虑，是让评估者观看面对面群体交流活动的录像，或者新闻记者有关 CMC 群体交流活动的报道，然后对组织成员的人际交流作出评估（Walther, 1995b）。令人惊奇的是，在几次亲密程度以及专注任务程度上，CMC 群体在交流活动中要优于面对面群体。也就是在人际交往

方面，CMC 群体要出色于面对面群体。以往的理论并不能很好地解释 CMC 的超人际性效果。近来的一些理论开始对这些现象做出解释。

接收者：理想化对对方的认识

在某些特定的场合下，CMC 信息的接受者好像会夸大他们对对方的认识。“社会身份非个性化”理论（SIDE）向我们提供了研究此过程的最佳理论和实验方法（尽管它描述的是正常的而不是夸大的人与人之间的印象）。利和斯皮尔斯（1992；Spears & Lea，1992）预言，由于缺少面对面暗示和从前对对方的了解，在使用 CMC 时任何一种细微化的情境或性格暗示都会对印象的形成起到重大的作用。CMC 使用者从这些细微的暗示中夸大他们对对方的认识，他们常常任由这些很细微的信息（比如拼写错误、印刷错误或过多的标点）来形成对对方的固定的印象。当交流对方从未谋面，又比如使用 CMC 时，这种对细微暗示过分的依赖就更明显了；他们实际上是非个性化的。

SIDE 模式在所有的交流活动中是无法预料到人际间的评价是正面的还是负面的，它的优势在于可以预计哪一种情况更易发生。这个模式预示一个互动过程，它发生在以下两者之间，即群体关系的显著性（与此相对的显著的个性特性）和基于人际印象的交流双方的共同出现（相对应的是缺席）。当参与者得知他们是一个组织的成员，每个人就明显地表现出自己的社会属性而不是个性特点。这种认识使得交流双方的行为趋于一致。当组织内部的交流双方离得比较远，作为组织成员的意识则变得更强烈。在这种情况下交流，双方的语音语调等暗示（这是接受者相当信赖的）可以减少双方的不确定感，被认为是积极性的偏差，从而得出对对方正面的评价。可是，当人认识到自己并不是组织的一员，互相又隔得很远，双方的语言行为暗示就不会产生上面所提到的效果，相反它会使得人们认为对方是不能干的，不讨人喜欢

的。当参与者不处在一起而且使用暗示最少的信道时，这种情形还会发生。当交流双方离得比较近时，与个性特点相对立的社会属性的影响就会相对的被减弱。

确实，许多在组织中使用CMC的交流者都经历过利和斯皮尔斯所描述的那种情形（1992）。与组织的另外一个成员，共通e-mail，这虽然表明交流双方身隔较远，但更说明了双方强烈地意识到都是组织的成员（参看Markus，1994）。虽然这可能适用于不是必须要联系的CMC使用者，但这对自由抉择进行CMC联系者就更是如此。里德（Reid，1991）指出，尽管CMC的人，大多数是大学学生，他们普遍认为其他上网的人一定是来自比较富足的受教育的社会阶层（参看Baym，1995）。而那些“网上爱心组织”的成员也是如此，相信他们的想法相同、技能相似或是得了同样的疾病（见Baym，1995；Egdorf and Rahoi，1994；Furlong，1989；Rheiggold，1993；Scheerhorn，Warisse and Mc-Neilis，1994）。斯普若尔和法拉杰认为，“尽管一些网络上的组织是由陌生人组成的，但是由于他们兴趣相投，他们很可能共同分享各自经历……一个网络组织成员说：‘因为我们互相感到亲近，所以我们愿意在一起聊天’”。由此可知人们通过网络可以发展正面的人际关系，而不会受到在面对面交流中地点的限制（参看Jones，1995）。

尽管有关SIDE理论的现有研究告诉我们CMC的信息接收者是如何做出判断的，它却没有研究发出者在给接收者发出信息时的动机和使用语言的倾向[（不过在近来对此理论的重新诠释中，研究者已认识到这一过程的重要性，（Spears and Lea，1994）]。就如我们曾经提到的，“加工社会信息”研究将更多地研究发出者的动机和他们潜在的交流行为，它预料并描述发出者和接收者是如何建立一种正常的人际关系。然而CMC的信息发出者在向对方展示自己时，不仅仅克服了媒介的限制，在某些方面他们比面对面交流者的做的更好。

发出者：最佳化表现自我

高夫曼 (Goffman, 1959) 把在任何一种场合展示自我当成一种表演, 目的是给人留下一一种特别的印象: “个人表演的目的是要强调他自身的某些方面而隐藏其他方面” (p. 67)。这种自我展示, 普遍来讲, 是为了得到社会的认可, 贝尔和达利 (Bell, Daly, 1984) 曾讲 “人们参加大量的社交活动就是希望别人喜欢他们、欣赏他们” (p. 91)。使用 CMC 更有利于人们给别人留下良好的印象。CMC 的两个关键特点可帮助使用者更好地展示自我, 瓦尔特把其称为 “有选择的展示自我” (1994b; Walther and Burgoon, 1992)。在研究中瓦尔特 (1992b) 对 CMC 的参与者这样评论到: “在 CMC 的使用者中, 尤其是从前未使用过 CMC 的人来说, 由于人们无法看到对方的容貌以及听不到他们说话, 所以人们无法由此推断对方的性格, CMC 的使用者也就不会受到这些性格暗示因素的限制。他们可以很好地计划一下, 而且有机会做一下自我反省。他们花更多的时间来设计所要传递的信息, 而不是总在与别人进行交流, 这样 CMC 的使用者就可以对自己进行客观的评价、反思、选择, 最后同对方传递能更好展示自我的信息” (p. 229)。

CMC 的这两个特点是 “被减少了的传播暗示” 和 “潜在的非同步传播”。在以前的观察中常把这两个因素混在一起, 当一些 CMC 进行同步的交流活动时, 后者并不总是其中的因素之一。这两个因素, 不论是分开或是放在一起, 在 CMC 的选择性自我展示过程中都会起到一定的作用。

被减少的传播暗示

众所周知, 由于使用 CMC 是看不到交流对方的容貌的, 那么在形成对方的印象时可塑性很强。尽管在使用 CMC 中人与人之间印象的形成确实有所加深 (Walther, 1993b), 而印象形成所依靠的社会信息主要还是通过语言来进行传递。



“在因特网上，没人知道你是只狗”

图1 P. Steiner 画 (c1993, The New Yorker Magazine, Inc.).

普遍认为语言行为比起非语言行为更容易控制和设计 (Ekman and Friesen, 1969)。这样通过 CMC 所留下的第一个印象通常是可以控制的，不会因为在面对面交流中出现的不雅外观而得到负面的评价，比如蓬乱的头发、未化妆、正常的小毛病（参看 Dodwin, 1994）以及不太明显的生理缺陷（参看 Dorning, 1994）。如一个使用公告牌的青年人观察的那样：“你知道，人们

如果在商店或别的地方看到我不会走过来与我交谈，而通过电脑，人们就很容易与我交谈了，因为他们只知道与人交谈，而没看我长什么样”（ABC, News, 1993, p. 7）。所以在电脑网络中，一个人的受欢迎程度并不取决于他是否有钱，而是他所传递的信息以及从中可看出的智慧（MacKinnon, 1995; Rice, 1987）。

尽管在 CMC 中，信息的表达比长相、性别、民族等因素更重要，这并不是说这些因素不起作用。这些因素常从信息的表达传递中表现出来。比如说性别，可以通过与性别有关的名字或是在自我描述和展示中清晰的表现出来（参看 Holmes and Berquist, 1990; Matheson, 1991; Selfe and Meyer, 1991）。人们也可以通过同样的方法将性别隐藏起来（参看 Bruckman, 1992; Curtis, 1992; Van Gelder, 1985）。如果男性化和女性化是可以表现出来，正如伯德霍斯特（1970）称他们为“性别行为表达”，那么他们在 CMC 上，就表现得不那么明显了。原因是这样的，比起面对面交流活动，在使用 CMC 传递信息时，人们会更容易对其进行选择、控制并且自我反省，因为在 CMC 中所表现出的语言行为是最容易受到人们的控制的。正如芬伯格（Feenberg, 1989）观察到的“电子公告牌、对话系统以及电脑会议的使用者是仅通过文字语言来展示自己的。既然自我展示是通过自己写成的文字来表现的，那么人们就很可能通过选择某种语调和语言来展示自己，而这一点是讲演、着装和手势无法达到的。这种高度控制的自我展示方式大大影响了交流主体。在文章中向对方所展示的“自我”与在面对面交流中所展现的‘自我’是大不相同的”（p. 272）。

有关电脑会议的研究也向我们提供了类似的有趣的例子。为了考查三种重要的人际间的认识——吸引力、观点认同和信任感，希尔克特和德万（Chilcoat, DeWine, 1985）让人们通过二种不同的方式进行交流，这三种交流方式所确有的信道数量也是

不同的：面对面、录像会议和电话会议。他们对结果的猜想与“交流暗示缺失”理论一致：媒介的信道越少，交流者对对方的认识就越不利。那么这三种交流方式评价最高应为面对面对交流，其次是录像会议，再次是电话会议。但是结果却与猜想的大不相同。事实上，电话会议的交流，比起录像或面对面对交流，对他们交流伙伴在那三种认识上给予了最高的评价。也许正是因为他们无法看到对方，交流者才会以为他们的交流对象是更吸引人的（参看相关的对上网的看法，图1）。

情人和陌生人

我们在范格尔德（Van Gelder, 1985）写的“网络情人的奇闻”中发现一则相关的小故事。这个故事讲的是一个男性电脑使用者在网上使用了一个女性化名字：琼，并通过CMC与几位女性建立了长期的亲密关系。这个人的初衷是想了解女性之间是如何交流的，而这在面对面交流中是无法感受到的，可是当其他的人开始怀疑他在言语上自相矛盾时，他不得不终止了与这几位女性的交流。当发现琼是个骗子时，他的这几位交流伙伴不仅感到生气，而且感到伤心也很失落。当大量的文章和新闻报道这类事情时，范格尔德则对交流中信任、欺骗和亲密等问题产生极大的兴趣。在CMC中产生了许多非常有意思的有关“选择性自我展示”的问题，这种自我展示实际上是将正常的面对面现象极端化。戈夫曼对这种“自我展示”下了最确切的定义：“个人在交流中故意表现自己的某些特点而将其他的隐藏起来。”

认知的再分配：“要介意的不好的事是什么？”

对于CMC的信息发出者来说，正是由于缺乏形体语言的暗示才更有利于交流者进行大量的思考，专注于组织信息。使用CMC时，人们没必要通过形体语言来表示对别人信息的关注，比如搂着某人的腰、点头、微笑、饶有兴趣地注视那人等等。我们可以将注意力转移到我们需要同时表达的想法上，并专注于如何运用语言来表达我们的想法。达利、赫伯、万格尔利斯蒂、马

克斯韦尔和尼尔(1989)对一次用电脑对话制定计划作了记载,其中包括一些用来获知信息的复杂的临时计划和发展社会关系的策略。尽管达利认为这种通过讨论来制作计划并不只限于使用CMC,不过事实看来CMC比其他的媒介手段更适于这种制定计划的方式。马西森和赞纳(1988,1990)确实发现使用同步的CMC,交流者比在面对面交流中更大程度地流露出“自我意识”。研究者解释说,这种“自我意识”指“从自身需要和标准出发的个人情感、态度、价值观、信仰和内省”(Matheson & Zanna, 1988, p. 222)。使用CMC使得交流者在表达自己时更流露出自己的想法和认识。如果交流双方并不需要互相竞争的,以上所谈到的这种“自我意识”的流露就会更明显。

在我看来,由于不受任何不必要交流方式的束缚以及应付对话中各种交流需求,CMC的信息发出者可以专注于更好地展示自我并发展人际关系。当CMC信息接受者感受到对方想与他建立良好的人际关系时,他往往从那些信息里感受到对方对自己的赞扬和欣赏。由于CMC交流是非同步时,交流双方又可以专注于信息的选择、编辑、协调,从而达到交流的超人际效果,用于协调人际关系和信息管理的非同步交流渠道。

关系协调与信息管理中信道的不同步

社交中的时间冲突和避免这样的冲突

现在我们来讲一下组织与组织之间交流活动,麦克拉思和他的同事曾就非媒介组织在社交活动的“时间冲突”(entrainment)问题做了阐释,这其中也涉及到CMC的非同步交流(Kelly, Futoran and McGrath, 1990; McGrath, 1991; McGrath and Kelly, 1986)。社交中的“时间冲突”指的是组织与组织进行交流活动的同时,在他们组织内部各自还有相对独立的活动。大家都很忙,组织成员不得不将各自有限的时间和注意力用来与别的组织成员进行交流。

麦克拉思指出在“时间冲突”中有几个问题，其中两个问题可以帮助我们区分非同步与同步交流。这两个问题是“时间上利益与需求的冲突”和“缺少更合理的时间安排”（McGrath, 1991, p. 162）。事实是这样的，面对面交流需要成员都得在场，那么成员不得不停止其他重要的个人交流活动，这样就使得组织成员不愿花太多的时间进行交谈来解决相应的任务，更别提对某些想法给予评价了。麦克拉思又说，个人为了解决这些矛盾一定要同步进行以下交流活动：“作出时间上的许诺”并“把握好任务的完成以及人与人之间交流的进程”（p. 162）。

正如瓦尔特曾提到的那样（1995b），使用非同步的 CMC 进行交流，会更大程度地避免这种冲突。当组织与组织之间进行交流时会存在某些时间间隔，还需要对方时时刻刻关注交流活动。那么个人就可以利用这种时间间隔，根据自己的需要，参加组织内部的活动。其实一天中选择何时、多长时间以及参加几次组织活动都要看个人的选择。时间上的限制放宽了，每个成员都好像被“解放”了一样。在 CMC 中利用其非同步的交流特点，麦克拉思所讲的同步交流策略就可以相应地做一些改变，从这一点上看，面对面交流方式又是与 CMC 不可比的。首先，人们可以自行安排时间。组织成员可以各自按时加入到组织活动中。当交流双方都可以在他们方便的时候参加组织内部活动时，那么交流双方进行会谈所共同需要的时间就不会受到太大的限制了。

第二点是，随着时间的限制解除，在解决任务和进行人际交流活动上，从某种意义上讲，也不会产生很大的冲突了，我们不必等另一方给我们限定出固定时间就可以进行这两种交流活动。这里我又想起了斯莫伦斯基（1990）说过的一句话，是有关“交谈”与“成功制定决议”之间的负面关系，“如果人们进行一些无关的交谈时，他们就不会完成更多的任务（p. 269）。”不过只有当时间受到限制时这种情况才会出现。正如海斯、温纳和阿尔特曼（1988）所指出的，非同步的进行交流可以给予“用户以充

足的时间对信息进行编辑、组织、发送和接收”(p. 151)。非同步的交谈中,在“解决任务和进行人际交流”时就不存在因时间受限而引起的麻烦,这种情况有利于人们进行某些人际交流(比如预料到未来有交流的可能),而这些人际交流在通常情况下是未受到注意的。瓦尔特和伯贡曾这样观察到,那些参加非同步会议的成员可以根据自己的方便随时加入其中,他们除了解决任务以外有足够的时间探寻对方的情况,有人问“你喜欢什么夜总会?”或是“你觉得昨晚野猫队打得怎么样?想一想今年我们要总决赛了”(p. 78)。而在面对面交流中人们是不会这样与对方交谈的,这里所举的例子与麦克拉思(1991)的预测是一致的。“当组织成员的时间充足时,人们所进行交流活动的收获更大,而且也可以适当促进组织的团结和兴盛”(p. 165)。从这个角度看,使用CMC进行非同步交流所产生的好的人际交流效果就不令人惊奇了。

然而这个论点却与麦克拉思(1990)对非同步交流技术效果的设想相悖。他以为非同步交流效果是不容乐观的,因为由于缺少交谈双方的同步协调使得交流不顺畅也不令人愉快。麦克拉思的根本想法是,由于得不到及时反馈,交谈中的问题与回复之间时间间隔长而信息是有情境的,这些都可能不利于我们对信息做出正确的诠释。然而这个观点并没有意识到,在大多数非同步会谈中,人们会记下信息的主题,标记下先后顺序以及各种题目或内容的特点来提示当时对话的情境(参看Rapaport, 1991)。的确,信息发出的时间以及收到回复的那段时间与信息本身一样,我们都可以从中得出有关人际关系的暗示(Walther, Tidwell)。这种悲观的看法也忽视了我们这里所提到的,那就是非同步进行交流可以避免交流中的冲突。正如图罗夫(1991)所说的:“在CMC交流体系中最受误解的一个概念是人们认为非同步交流过程是有问题的,因为它没有按照人们在面对面模式中的次序进行交流。那种试图将CMC模拟成面对面交流模式的做法是错误

的。正确的做法应该是我们如何通过非同步交流创造一种比面对面模式更好的交流方式” (p. 96)。

个人和社会的收益

通过 CMC 进行非同步交流也会有利于我们选择性的组织信息。在面对面交谈中,人们常常需要对对方做出及时的反应,而不是专注如何组织自己的语言表达。比起从记录中读取交流信息,在参加面对面的交谈中,需要交流者全身心地参与进去。“包括深层次的心理、感知、情感投入,随着交谈的深入,这种参与更加深入,而且还要关注到人际关系中的需要”(Burgoon & Walther, 1990, p. 258)。

相反,比起面对面的交谈,在非同步交流中一个人可以深思熟虑,包括计划、设想以及编辑自己的想法与观点 (Hiemstra, 1982)。非同步交流使得用户更大程度的控制交流活动 (Trevino & Webster, 1992)。由于在 CMC 进行非同步交流时比较放松,比如信道减少不需要全身心的专注,这使得交流者更有效地运用自己的思维能力。奥克斯 (Ochs, 1979) 曾对“事先写好的讲稿”作过研究,在这种事前想好并组织过的讲稿中,交流的语言比起即兴讲演要客观而且不以自我为中心。奥克斯说:“在即兴讲话中,往往是轮流发言,这使得讲话人不会顾全到言辞的礼貌性”(p. 77),在其他有关面对面研究中,格林和林赛 (Greene & Lindsey, 1989) 发现,比起立即发出信息的交流者,能够有时间构想、修改发出信息的交流者可以更好地保全对方的面子。因为交流者可以根据多方面的考虑专注于组织信息,非同步交流在发展人际关系上更有效。据哈拉西 (Harasim, 1993) 的观点,非同步 CMC “交流者可以有时间对他们的想法深思熟虑,合理组织语言再作回答,这有利于交流质量的提高。这个交流的特点对教育界和商界的交流活动都是大有益处的,即使在人际关系的交流中它也是很重要的,因为在回复之前有时间考虑会提高交流的质量”(p. 24)。

在其他的人际交流领域内我们也可以看到类似的现象, CMC 是作为一种交流信道较少, 非同步交流手段存在的。斯塔福德和雷斯克 (Stafford and Reske, 1990) 在未婚情侣中研究他们的交流活动。其中一些未婚情侣住在一起, 其他人则身处异地, 距离较远。研究者对情侣使用的交流手段 (面对面, 电话或写信) 以及他们对其的满意程度作了考查。有意思的是, 情侣常进行的面对面交流, 并未加深两人之间的磨合、情感交流与升华。使用电话进行交流的次数与情侣的情感状况并无明显关系。然而互相通信则显然促进两人的磨合、情感交流与升华, 另外也加深了两人的爱恋。尽管斯塔福德和雷斯克未研究电子传媒, 在我们所做的比较中结果已经很令人吃惊了。人们的交流活动越非同步, 交流渠道数量越小, 交流者对对方的印象越好, 越有利于进一步的交流和情感的发展。^④

反馈：加强交流的一环

在传播过程中, 交流的往复性是其中很关键的方面, 因此传统的传播模式还包括信息发出者与接收者之间的反馈。在 CMC 中, 良好的印象和亲密度确实是在信息发出和接收过程中实现的, 但是如果交流双方在来往中通过行为的确认则会更加夸大这些交流效果。尽管行为确认在面对面交流中有重要的作用 (Burgoon, Buller, Dillman, & Walther; Burgoon & Le Poire, 1993; Rosenthal, 1981), 他们看起来在信道数量较少的交流方式中起的作用更大。

这种现象在研究电话交流方式中最明显。在斯奈德、汤克和贝尔施 (Snyder, Tanke & Berscheid, 1979) 的研究中, 男性参与者与女性参与者用电话进行交谈。由于没见过对方, 男性参与者会看一下对方的照片, 或是漂亮或是不漂亮, 这显然是他们交谈对方的模样 (实际上照片上的人并不是他的交谈对象)。这些对话被记录下来用作分析。男性参与者看了照片后, 在交往前乃

至谈话后，会对对方的人际交流性格产生某种印象，这包括对方社交能力，是否泰然自若，有无女性的温柔以及性格是否外向等。在研究中人们发现女性参与者在实际交谈中表现得非常好。这表明女性当无意识的被别人认为很漂亮，在社交中又讨人喜欢时，也会不自觉的在实际行为中那样做。比起那些被男性认为不漂亮的女性参与者来说，她们在交谈中显示了更多的“自信、活力和喜悦以及对对方的好感”（p. 662）。换句话说，当男性认为他在与一个漂亮的女性交谈时，就会影响到他的交流行为，这反过来又会影响到女性在对话中的表现，这无疑会使得她变得更加吸引人。

这种“行为上的确认”和“认识的夸大”的循环影响告诉我们，人们往往通过局限性强的媒体将对方理想化。当脱离了电脑网络，我们往往根据对对方的想象而不是对方的实际行为与他人交流。同时，当我们无法得到一些反面的信息，而信息的发出和接收又都是经过选择时，那么在交流活动中就更容易产生上面提到的那种现象了。这也告诉我们为什么在 CMC 中往往会产生非常亲密的超人际交流，CMC 使得人际交流行为更加密切。

一个新的视角

从一些例子来看，CMC 可以为我们提供自我展示的机会，它有利于将对方理想化，促进交流的往复。它能带来一种超人际交流效果，就双方印象的形成和人际关系发展而言，这种超人际交流效果是面对面交流无法比得上的。为什么人们对这种不真实的交流方式这么感兴趣呢？也许因为人们从中感到极大的乐趣，谢伦克曾对此概述“人们在那种特殊的关系和情形中得到极大的满足，因为他们所渴望的那种自我形象终于得到了实现”（Schlenker, 1985, p. 93）。这种观点也解释了为什么 CMC 网络会发展那么亲密的人际关系（在一些流行的报纸中很愿意讲述

这类故事, ABC 新闻, 1993; Landis, 1994)。在网上网下人们所展示的自我简直是太不一样了, 就如下面对交流双方从媒介中认识到相见时的描述: “虽然人们通过电脑在社交方面仿佛是建了一个宏伟的建筑, 然而这个建筑是不坚固的, 往往在真实的世界是无法幸存下去。‘人们总在网络中把自己最闪光的地方亮给别人, 当人们真的见面时发现没有那么好。’ 斯特罗瑟如是说, 这位天才曾组织了音乐爱好小组并安排成员互相见面, 她对这个行为感到后悔, ‘当你得到这些经过浓缩了的信息后, 认为你找到了至交, 可是人们一碰面反倒不能很好的交往’。” (Grimes, 1992, p. B4)。^⑤

概括来说, 我们得出了一个新的研究视角, 这个有关 CMC 的综合观点, 对 CMC 中促进超人际交流效果的信息发出者、接收者、渠道以及反馈——作了分析。就信息发出者而言, CMC 交流者为了更好地与他人建立关系, 实现自己的想法, 可以在交流中选择合适的言辞, 这种交流方式又不会受到相貌以及形体语言的干扰。在另一端, CMC 接收者得到这些风格化的信息后, 将对方的印象以及与之关系理想化, 然后通过进一步交流确认这些印象。当交流的信道数量比较少, 又是进行非同步的交流时, 这种效果就会更明显, 在非同步交流中, 参与者不必如在面对面交流中受到时间的限制以及既要同时解决任务, 又要建立社会关系。时间是不起作用的, 当人们在网上各自会见交流对象时也不会有任何时间冲突。这种现象不仅仅局限于娱乐性质的 CMC 交流活动。伊尔茨 (Hiltz et al., 1989), 把它称之为全面社会控制对狂欢节的互动空间。尽管超人际交流在这方面是很活跃的。在一些工作群体和组织机构中这种非同步的交流方式也有利于交流双方树立良好的印象和建立良好的人际关系。

从理论上讲, 这种研究视角只强调了 CMC 的两个结构特点: 交流信道数量少和非同步交流 (尽管我们还不清楚这两种特点是独立的还是互相影响的)。由此我们可以得出两个提示: 第

一、我们用来考查 CMC 而对照的交流方式可能不该是面对面交流而应该是写作^⑥。如果 CMC 只是作为可编辑的语言传播而存在，我们应该将其与写作传播比较。尽管电子传媒要比邮件传递速度还要快，这种快速的传递方式并不是现代科技产物所固有的。达内（Danet，1994）曾聪明地谈到维多利亚时代的伦敦邮报事业很发达，信息是以每小时速度传递的（参看 Briggs，1988）。如果这样比较的话，CMC 优势就不存在了。他们建议，在宣布 CMC 是一个最理想的传媒手段前应该采取保守态度。如果认为信息传递速度是传媒中一个很重要的因素，那么这应该是可证实的。第二点提示是，这两个特点——非同步交流和信道较少是互为因果的，所以不应该分别对他们进行考查。实验告诉我们从面对面交谈、到录像会议、谈话会议再到只读文章，这几种交流方式的效果都有所不同（Valacich，Menneche，Wheeler，& Wachter，1994）。我们也可以对同步交流与非同步交流的效果进行研究。在同步交流和交流信道之间建立一种彻底的相互作用的关系是不可能的。我们是不可能将面对面交流与非同步交流合二为一，因为任何一种非同步交流至少需要一些间隔，交流信道也有所减少。

所有有关 CMC 的理论并不全能站得住脚。在对理论的进一步完善中还应涉及这样的问题，也就是当交流者并不想表现得友好，并不想表现得有能力或是传统意义上的积极关系时，交流应该是怎样的。不仅仅是在媒介传播研究中，在许多人际交流的研究中，人们都倾向于对积极的关系感兴趣（参看 Burgoon，& Bailey，1992）。我们在某些 CMC 的交流活动中已经注意到某些交流者在自我展示中摆出居高临下的姿态甚至不道德地做一些手脚（参看 Dibble，1993；Reid，1955），尽管在电脑会议中很少有人表现极度的热情（Lea，O'shea，Fung，& Spears，1992；Walther et al.，1994），在某些上网的新闻媒体中嘲讽尖刻的用词风气却很浓（McLaughlin et al.，1995）。近来的研究方向认

为，这正是交流者所要传递的他们对对方的负面印象。而且，通过 CMC 进行这种自我展示比面对面交流来的更有效，正是因为同样的原因，人际间正面的印象又被夸大了，原因是用户学会更有效地使用 CMC 的固定交流渠道，又由于缺少其他的交流渠道，这些由媒体传递的信息又被接收者在解释中夸大了；比如“ASCII 所带来的人际关系效果就太亲密了”（Godwin, 1994, p. 69）。然而关键的问题在于某种理论是否能够在交流中预料到交流双方发展怎样的人际关系，如果确定不了这一点的话，这个理论就变得可疑了，只能在交流结束后解释说“他表现的很遗憾，是因为他‘想’表现的很遗憾”。不过那些用来研究想达到某种社交目的的实验（Clark, Scheerhorn, 1991/1992），会有可能帮助我们解决这些问题。

有人会发现这种研究方向只限于社会精英这群人中：上网的人多数属于高科技组织，主要的是教育机构，再有就是很富有的人，他们很重视语言技能，而且也很擅长于此这样的话，他们往往会如下面所讲的夸大交流信息（Reid, 1991）。穷人是不会上网的。而那些缺乏社交能力的人也不会通过这种超人际交流方式来最可能的优化他们的交流成果。

不过研究者曾让这种人使用 CMC 并得出有趣的结果。齐默尔曼（Zimmerman, 1987）在长达 11 个月的时间里对 18 位身心不健全的 13 岁到 20 岁的一组人中作了实验，让他们每星期两次进行 30 分钟的非同步电脑会谈。这种人中有一半的家庭都依靠社会福利，所有人中，22% 患精神分裂，34% 精神紊乱，39% 行为紊乱，5% 发育异常。他们的 CMC 和面对面交流活动都被记录下来并进行内容分析，将参与者语言做一下比较会得出很有意思的发现。首先，在 CMC 中运用的语言与 FTF 讲话的更以自我为中心，尽管不以自我为中心的言语是与精神分裂和紊乱的病症有关的，并且在使用 CMC 交流中，双方流露出更多的情感，对自己和他人的评价较高，并常提及人际间的交流问题。齐默尔曼

(1987) 总结到“以电脑为媒介的传播方式有助于情感发育不健全的青年人释放情感, 学会在语言表达中与他人建立良好的人际关系”(p. 228)。同时, 越来越多的各种各样的人加入到网络商业服务中(参看 Rheingold, 1993; RicKard, 1993), 而且许多政府也逐渐认为网络是对公众有好处的, 它就像个图书馆, 人都可进来看看(参看 Brown, 1994; Schuler, 1993)。当人们可以通过多种渠道进入信息高速公路后, 网上的内容就会更丰富, 而且我们还要看看那些从未上网的人和已经上网的人(参看 Dervin, 1989) 在交流方式上有什么区别。尼葛罗庞帝(1995)说, “用户上网将成为人们每天的主要工作。上网的人数会慢慢达到世界的人口……在网上得到最广泛应用的是 e-mail 它会建立一个全新社会关系网络”(p. 183)。

如果我们将 CMC 与电脑多媒体“万维网”(WWW), 录像会议或是直观现实系统作一下比较, 那又会怎样呢? 从某种意义上讲, 要回答这个问题应该做一下比较。“万维网”是一个很流行的 CMC 新科技, 它集文字、画面、声像于一身, 它不仅仅用来进行人际之间的交流, 而且是大众传媒中的重要手段之一。尽管有些网页已经鼓励用 e-mail 来回信, 一些使用网页来召开会议的系统正处于进一步开发中, 大多数的网上交流活动还是以文字信息为主。一位网页革新者认为, 现在的网上购物全都是有关各种商品的图片, 这忽略了在现实中购物是需与卖主交谈的, 所以网上购物应该提供给用户网上谈话的空间, 这样购物者就会以询问销售者一些相关的问题了。另外, 根据“加工社会信息”理论, 人们也逐渐将一些公众服务网页人格化。通过网上留有制作者的姓名和照片而不仅是他所在的部门以及地址, 这被认为有利于将职业关系以及公司与客户关系进一步人格化。尽管贝尼格(1987)指出这种办法实为“虚假的人格化”, 它却提醒了人们, 那就是所有的交流活动都是从传统的第一印象开始的, 不论是通过媒介还是不通过媒介, 它都会在人际以及超人际交流层面中促

进入人与人之间情感的进一步发展。

另一个交流渠道，桌面录像交谈，看起来会代替电话交谈，尽管它不会取代 CMC 交流方式，因为 CMC 具有有效解决任务的功能。赖斯、克劳特、库尔和菲代（1994）曾报道过，当人们在图像电话中无法找到对方时，人们就会使用非同步的 e-mail 交流。使用 CMC 进行非同步交流方式可以在交流活动中避免发生冲突。这也许是对同步的具有多渠道媒介的一种挑战。

“直观现实系统”会代表标准的 CMC 交流吗？这里的理论有些矛盾。帕尔默认为，比起信道数量少的交流方式而言，多渠道感知的交流方式有助于发展人际交流，而比奥卡和利维（1995）则提醒我们“人们交流的渠道越少则越有利于人际之间的印象”（p. 148），而且比起“直观现实”的交流方式，当人们不希望过深的进行人际交流时，“这种交流信道较少的方式会使人感到舒服，更有效。”这些研究者也认为，深度的人际交流可能需要图像画面以模拟面对面的多渠道交流方式。然而这个提议却没有考虑到在非人际的 CMC 和支持群体决策体系交流中有时会带来人们渴望的民主平等的人际效果。它也没有考虑到在超人际交流层面上的“交流信道越少交流效果越好”的可能性。正如尼葛罗庞帝所观察到的（1995），“多渠道的交流方式给想象留下很少的空间”（p. 8），有关超人际交流重要的一方面是：“e-mail 在下一千年中很可能会成为人际交流的重要手段，在接下来的 15 年中，e-mail 的重要性虽不会超过声音，但也要与它持平了”（p. 191）。普及“直观现实”的交流方式还要等相当长的时间，而网上非人际性、人际性、超人际性的交流却正在飞速的发展。

媒介交流何时是非人际性的？这种情况很少。一般是当交流者的时间受限时，或是交流并不是以建立人际关系为第一位的，还有一些特殊的情况下，顶多是在 CMC 交流中，一般不发生在面对面交流活动中。当网上相遇的人并不期望未来有再见的可能，他们比起面对面的交流方式更显出非人际性。再有就是当人

们需要通过 CMC 达到非人际的交流效果，比如匿名，或是在支持群体决策体系中应用的多层软件交流结果。就前者而言，非人际交流可能不利于交流双方达到共识，使用 CMC 来达成共识要花很长时间或是用户不能够很快达成共识。就后者而言，对想法和观点的评价并不是电脑对其产生了影响而是由于匿名，按序交流机会的减少以及寻求意见的统一，这是由于使用影响观点评价的软件带来的，不过结果还不太明确。

CMC 何时是人际性的呢？当用户有时间交换信息，树立双方的印象并互相交换各自的想法。这并没有什么特别，在面对面交流中也如此。不过在 CMC 中要花长一些的时间。另一方面，当 CMC 的用户想与对方发展长期的关系，它的人际交流效果与面对面大致相同。

CMC 何时是超人际的呢？什么时候用户可以面对面交流中，更有效地树立形象并发展起积极的关系呢？在用户感到自己的存在和自己属于一个集体而地理上相隔遥远时；当用户只通过提供有限的暗示的信道，使其可有选择地自我表现，并对表现进行文本编辑时；在用户可以无视环境真实，对伙伴的自我表现和关系进行反馈时。也许这种交流在时间上是非同步时以及（或）CMC 是惟一交流手段时更是如此。

有关 CMC 早期的观点是，它既给人以自由又带有局限性。CMC 可以远距离迅速传递信息又可以保存信息，在我们看来 CMC 的交流信道有限，它曾被认为只专注于任务的完成而且在人际交流中显的冷冰冰的；那种经过打字输入的以及电脑处理过的被认为是不温情不人性化的。正如我已在前面论述过的，CMC 就这一点来说是可以改变的，它可以使我们有选择性的将人际交流效果最小化及最大化。是电脑媒介使得交流既具有非人际性又有超人际性吗？不，并不只是电脑媒介的作用。CMC 只是提供给人们机会，以人们渴望的交流方式进行交流；这种想法和冲动实际是人自身具有的，只不过是科技手段能更容易的

实现他们。

(刘铁花译, 关世杰校, 译自: *Communication Research*, 1996, 23 (1), pp. 3—43.)

注释:

① The author thanks two anonymous reviewers and the editors of *Communication Research* for their comments, which aided in the development of this article. A previous version was presented at the International Communication Association annual meeting, Albuquerque, NM, May 1995

② One direct challenge to the internal validity of the cues-filtered-out research is by Walther (1992a), who singularly argues that when CMC transcripts are compared to transcripts of FtF conversation, as was commonplace in the cues-filtered-out studies, the comparison may be moot. By systematically ignoring the nonverbal FtF cues that are most likely to convey the social and relational information of critical interest, which may be negatively valenced, comparisons between CMC and FtF communication may be tainted. Only one study has compared CMC transcripts to videorecorded, full-cue FtF communication, with results antithetical to the cues-filtered-out perspective (Walther, 1995b).

③ Although the stem “hyper” is associated with many words with varying connotations, the element is used here consistent with its dictionary definition—“an element appearing in loan words from the Greek, where it meant over”, usually implying excess or exaggeration (*hyperbole*)... of. *super*—.” (Random House, 1971, p. 698)—thus *hyperpersonal*, or superpersonal, more stereotypically socially desirable or intimate than normal.

④ It is possible that the sampling strategy may have influenced these outcomes. Rather than writing leading to affection and adjustment, a rival hypothesis might be that premarital couples who are not already adjusted and satisfied react adversely to geographic separation and minimal-cue interaction and disband, leaving them excluded from research on presently engaged couples. If this is the

case, however, the correlations still suggest that well-adjusted and loving couples use written communication for a larger proportion of their contact

⑤ Copyright©1992 by The New York Times Company. Reprinted by permission

⑥ One linguistic analysis of synchronous CMC to writing found that the prose style may constitute an "emergent register," a cross between speech and writing (Ferraro, Brunner, & Whittemore, 1991). It remains to be seen how this register might affect interaction. See also Zimmerman (1987).

参考书目:

- ABC News. (1993, December 9). *ABC news primetime live* [television broadcast, transcript 327]. New York: Journal Graphics.
- Archer, N. P. (1990). A comparison of computer conferences with face-to-face meetings for small group business decisions. *Behavior & Information Technology*, 9, 307—317.
- Baym, N. K. (1995). The emergence of community in computer-mediated interaction. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 138—163). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bell, R. A., & Daly, J. A. (1984). The affinity-seeking function of communication. *Communication Monographs*, 51, 91—115.
- Beniger, J. R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352—371.
- Biocca, F., & Levy, M. R. (1995). Communication applications of virtual reality. In F. Biocca & M. R. Levy (Eds.), *Communication in the age of virtual reality* (pp. 127—157). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Birdwhistell, R. L. (1970). *Kinesics and context: Essays on body motion*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Briggs, A. (1988). *Victorian things*. Chicago: University of Chicago.
- Brown, J. (1944, July). Free-netting. *Wired*, p. 125.

- Bruckman, A. (1992). *Identity workshop: Emergent social and psychological phenomena in text-based virtual reality* [on-line]. Available FTP: media.mit.edu:directory:pub/asb/papers:file:identity-workshop.txt
- Burgoon, J. K., Buller, D. B., Dillman, L., & Walther, J. B. (1995). Interpersonal deception. IV: Effects of suspicion on perceived communication and nonverbal behavior dynamics. *Human Communication Research*, 22 (2), 163—196.
- Burgoon, J. K. & Hale, J. L. (1987). Validation and measurement of the fundamental themes of relational communication. *Communication Monographs*, 54, 19—41.
- Burgoon, J. K., & Le Poire, B. A. (1993). Effects of communication expectancies, actual communication, and expectancy disconfirmation on evaluations of communicators and their communication behavior. *Human Communication Research*, 20, 67—96.
- Burgoon, J. K., & Walther, J. B. (1990). Nonverbal expectancies and the evaluative consequences of violations. *Human Communication Research*, 17, 232—265.
- Burgoon, M., & Bailey, W. (1992). PC at last! PC at last! Thank God almighty, we are PC at last! *Journal of Communication*, 42, 95—104.
- Chidambaram, L., Bostrom, R. P., & Wynne, B. E. (1991). The impact of GDSS on group development. *Journal of Management Information Systems*, 7, 3—25.
- Chilcoat, Y., & DeWine, S. (1985). Teleconferencing and interpersonal communication perception. *Journal of Applied Communication Research*, 18, 14—32.
- Clark, R. A. (1979). The impact of self interest and desire for liking on the selection of communicative strategies. *Communication Monographs*, 46, 257—273.
- Connolly, T., Jessup, L. M., & Valacich, J. S. (1990). Effects of anonymity and evaluative tone on idea generation in computer-mediated groups. *Management Science*, 36, 97—120.
- Culnan, M. J., & Markus, M. L. (1987). Information technologies. In

- F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts, & L. W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective* (pp. 420—443). Newbury Park, CA: Sage
- Curtis, P. (1992). Mudding: Social phenomena in text-based virtual realities. In D. Schuler (Ed.) *DIAC 92: Directions and implications of advanced computing* (pp. 48 -68). Palo Alto, CA: Computer Professionals for Social Responsibility.
- Curtis, P. (Speaker) (1995). *The killer application of the 90s* [Video] (Available from Xerox PARC, 3333 Coyote Hill Road, Palo Alto, CA 94304)
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organization design. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 6, pp. 191—233). Greenwich, CT: JAI.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32, 554—571.
- Daft, R. L., Lengel, R. H., & Trevino, L. K. (1987). Message equivocality, media selection, and manager performance: Implications for information systems. *MIS Quarterly*, 11, 355—368.
- Daly, J. A., Weber, D. J., Vangelisti, A. L., Maxwell, M., & Neel, H. (1989). Concurrent cognitions during conversations: Protocol analysis as a means of exploring conversations. *Discourse Processes*, 12, 227—244.
- Danet, B. (1994) *Books, letters, documents: The changing materiality of texts in late print culture*. Unpublished manuscript, Hebrew University of Jerusalem, Department of Communication and Journalism
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975) *Group techniques for problem planning*. Glenview, IL: Scott Foresman
- Dennis, A. R. (1993, August). *Information processing in group decision making: You can lead a group to information, but you can't make it think* Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management, Atlanta, GA.

- Dennis, A. R., George, J. F., Jessup, L. M., Nunamaker, J. F., & Vogel, D. R. (1988). Information technology to support electronic meetings. *MIS Quarterly*, 12, 591—624.
- Dervin, B. (1989). Users as research inventions: How research categories perpetuate inequities. In M. Siefert, G. Gerbner, & J. Fisher (Eds.), *The information gap: How computers and other new communication technologies affect the social distribution of power* (pp. 216—232). New York: Oxford University.
- DeSanctis, G., & Gallupe, R. B. (1987). A foundation for the study of group decision support systems. *Management Science*, 33, 589—609.
- Dibbell, J. (1993, December 21). A rape in cyberspace or how an evil clown, a Haitian trickster spirit, two wizards, and a cast of dozens turned a database into a society. *Village Voice*, pp. 36—42.
- Dorning, M. (1994, June 5). Disabled join brave new world via computer. *Chicago Tribune*, pp. 1—12.
- Dubrovsky, V. (1985). Real-time computer conferencing versus electronic mail. In *Proceedings of the human factors society* (Vol. 29, pp. 380—384). Santa Monica, CA: Human Factors Society.
- Dubrovsky, V. J., Kiesler, S., & Sethna, B. N. (1991). The equalization phenomenon: Status effects in computer-mediated and face-to-face decision-making groups. *Human Computer Interaction*, 6, 119—146.
- Egdorf, K., & Rahos, R. L. (1994, November). *Finding a place where "we all want to hear it": E-mail as a source of social support*. Paper presented at the annual meeting of the Speech Communication Association, New Orleans, LA.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). Nonverbal leakage and clues to deception. *Psychiatry*, 32, 88—105.
- Electronic Mail Association. (1991). *The electronic mail advantage*, Vol. 1: *Applications and benefits*. Arlington, VA: Author.
- Feenberg, A. (1989). A user's guide to the pragmatics of computer mediated communication. *Semiotica*, 75, 257—278.
- Ferrara, K., Brunner, H., & Whittemore, G. (1991) Interactive writt-

- ten discourse as an emergent register. *Written Communication*, 8, 8—34
- Finholt, T., & Sproull, L. (1990). Electronic groups at work. *Organization Science*, 1, 41—64.
- Foulger, D. A. (1990). *Medium as process: The structure, use, and practice of computer conferencing on IBM's IBM PC computer conferencing facility*. Unpublished dissertation, Temple University. Department of Rhetoric and Communication.
- Fox, D. (1995). *Love bytes: The online dating handbook*. Corte Madera, CA: Waite Group.
- Fulk, J., Schmitz, J. A., & Schwarz, D. (1992). The dynamics of context behaviour interactions in computer-mediated communication. In M. Lea (Ed.), *Contexts of computer-mediated communication* (pp. 7—29). London: Harvester-Wheatsheaf.
- Furlong, M. S. (1989). An electronic community for older adults: The senior network. In M. Siefert, G. Gerbner, & J. Fisher (Eds.), *The information gap: How computers and other new communication technologies affect the social distribution of power* (pp. 145—153). New York: Oxford University.
- Garton, L., & Wellman, B. (1995). Social impacts of electronic mail in organizations: A review of the research literature. In B. R. Burleson (Ed.), *Communication yearbook 18* (pp. 434—453.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Godwin, M. (1994, April). ASCII is too intimate. *Wired*, pp. 69—70.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Greene, J. O., & Lindsey, A. E. (1989). Encoding processes in the production of multiple-goal messages. *Human Communication Research*, 16, 120—140.
- Grimes, W. (1992, December 1). Computer networks foster cultural chatting for modern times. *The New York Times*, pp. B1, B4.
- Harasim, L. M. (1993). Networks: Networks as social space. In L. M. Harasim (Ed.), *Global networks: Computers and international communi-*

- cation (pp. 15—34). Cambridge, MA: MIT.
- Hesse, B. W., Werner, C. M., & Altman, I. (1988). Temporal aspects of computer-mediated communication. *Computers in Human Behavior*, 4, 147—165.
- Hiemstra, G. (1982). Teleconferencing, concern for face, and organizational culture. In M. Burgoon (Ed.), *Communication yearbook 6* (pp. 874—904). Beverly Hills, CA: Sage.
- Hiltz, S. R., Johnson, K., & Agle, G. (1978). *Replicating Bales' problem solving experiments on a computerized conference: A pilot study* (Research Report No. 8). Newark, NJ: New Jersey Institute of Technology, Computerized Conferencing and Communications center.
- Hiltz, S. R., Johnson, K., & Turoff, M. (1986). Experiments in group decision making: Communication process and outcome in face-to-face versus computerized conferences. *Human Communication Research*, 13, 225—252.
- Hiltz, S. R., & Turoff, M. (1978). *The network nation*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hiltz, S. R., Turoff, M., & Johnson, K. (1989). Experiments in group decision making. III: Disinhibition, deindividuation, and group process in pen name and real name computer conferences. *Decision support Systems*, 5, 217—232.
- Holmes, M. E., & Berquist, C. (1990, November). *Gender display in synchronous computer-mediated discourse: A case of channel constraints and opportunities*. Paper presented at the annual meeting of the Speech Communication Association, Chicago, IL.
- Huber, G. (1994). Group decision support systems as aids in the use of structured group management techniques. In P. Gray (Ed.), *Decision support and executive information systems* (pp. 211—225). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Jessup, L. M., Connolly, T., & Galegher, J. (1990). The effects of anonymity on GDSS group process with an idea-generating task. *MIS Quarterly*, 14, 312—321.

- Jones, S. G. (1995). Understanding community in the information age. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 10—35.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kellermann, K., & Reynolds, R. (1990). When ignorance is bliss: The role of motivation to reduce uncertainty in uncertainty reduction theory. *Human Communication Research*, 17, 5—75.
- Kelly, J. R., Futoran, G. C., & McGrath, J. E. (1990). Capacity and capability: Seven studies of entrainment of task performance rates. *Small Group Research*, 21, 283—314.
- Kelly, J. R., & McGrath, J. E. (1985). Effects of time limits and task types on task performance and interaction of four-person groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 395—407.
- Kiesler, S. (1986, January/February). The hidden messages in computer networks. *Harvard Business Review*, 64, pp. 46—54, 58—60.
- Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39, 1123—1134.
- Kinney, S. T., & Dennis, A. R. (1994). Re-evaluating media richness: Cues, feedback and task. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 4, 21—30.
- Kinney, S. T., & Watson, R. T. (1992). Dyadic communication: The effect of medium and task equivocality on task-related and interactional outcomes. In J. DeGross, J. D. Becker, & J. J. Elam (Eds.), *Proceedings of the Thirteenth International Conference on Information Systems* (pp. 107—117). New York: Association for Computing Machinery.
- Kraemer, K. L., & Pinsonneault, A. (1990). Technology and groups: An assessment of the empirical research. In J. Galagher, R. E. Kraut, & C. Egido (Eds.), *Intellectual teamwork: Social and technological foundations of cooperative work* (pp. 375—405). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Landis, D. (1994, February 11). Cyberspace as a frontier for romance. *USA Today*, sec. D, pp. 1—2.

- Lea, M., O'Shea, T., Fung, P., & Spears, R. (1992). "Flaming" in computer-mediated communication: Observations, explanations, implication. In M. Lea (Ed.), *Contexts of computer-mediated communication* (pp. 89—112). London: Harvester-Wheatsheaf.
- Lea, M., & Spears, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2, 321—341.
- MacKinnon, R. C. (1995). Searching for the Leviathan in Usenet. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 112—137). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Markus, M. L. (1994). Electronic mail as the medium of managerial choice. *Organization Science*, 5, 502—527.
- Matheson, K. (1991). Social cues in computer-mediated negotiations: Gender makes a difference. *Computers in Human Behavior*, 7, 137—145.
- Matheson, K., & Zanna, M. P. (1988). The impact of computer-mediated communication on self-awareness. *Computers in Human Behavior*, 4, 221—233.
- Matheson, K., & Zanna, M. P. (1990). Computer-mediated communications: The focus is on me. *Social Science Computer Review* (Special Issue: Computing: Social and policy issues), 8, 1—12.
- McGrath, J. E. (1990). Time matters in groups. In J. Galegher, R. E. Kraut, & C. Egido (Eds.), *Intellectual teamwork: Social and technical foundations of cooperative work* (pp. 23—61). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McGrath, J. E. (1991). Time, interaction, and performance (TIP): A theory of groups. *Small Group Research*, 22, 147—174.
- McGrath, J. E., & Hollingshead, A. B. (1993). Putting the "group" back in group support systems: Some theoretical issues about dynamic processes in groups with technological enhancements. In L. M. Jessup & J. Valacich (Eds.), *Group support systems: New perspectives* (pp. 78—96). New York: Macmillan.
- McGrath, J. E., & Kelly, J. R. (1986). *Time and human interaction*:

- Toward a social psychology of time*. New York: Guilford.
- McLaughlin, M. L., Osborne, K. K., & Smith, C. B. (1995). Standards of conduct on Usenet. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 90-111). Thousand Oaks, CA: Sage.
- McLeod, P. L. (1992). An assessment of the experimental literature on electronic support of group work: Results of a meta analysis. *Human Computer Interaction*, 7, 257-280.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Alfred A. Knopf.
- Ochs, E. (1979). Planned and unplanned discourse. In T. Givón (Ed.), *Syntax and semantics*, Vol. 12: *Discourse and syntax* (pp. 51-80). New York: Academic.
- Olaniran, B. A. (1994). Group performance in computer-mediated and face-to-face communication media. *Management Communication Quarterly*, 7, 256-282.
- Palmer, M. T. (1995). Interpersonal communication and virtual reality: Mediating interpersonal relationships. In F. Biocca & M. Levy (Eds.), *Communication in the age of virtual reality* (pp. 277-299). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Parks, M. (1982). Ideology in interpersonal communication: Off the couch and into the world. In M. Burgoon (Ed.), *Communication yearbook 5* (pp. 79-108). New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Parks, M. R., & Floyd, K. (1995, May). *Friends in cyberspace: Exploring personal relationships formed through the Internet*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Albuquerque, NM.
- Phillips, G. M., & Santoro, G. M. (1989). Teaching group discussion via computer-mediated communication. *Communication Education*, 38, 151-161.
- Phlegar, P. (1995). *Love online: A practical guide to digital dating*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Pinsonneault, A., & Kraemer, K. L. (1990). The effects of electronic

- meetings on group processes and outcomes: An assessment of the empirical research *European Journal of Operational Research*, 46, 143-161.
- Quartermann, J. S., & Carl-Mitchell, S. (1993). The computing paradigm shift *Journal of Organizational Computing*, 3, 31-50.
- Random House. (1971). *The Random House dictionary of the English language* (unabridged ed.). New York: Author.
- Rapaport, M. (1991). *Computer mediated communications: Bulletin boards, computer conferencing, electronic mail, information retrieval*. New York: Wiley.
- Reid, E. (1995). Virtual worlds: Culture and imagination. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 164-183). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Reid, E. M. (1991). *Electropolis: Communication and community on Internet Relay Chat*. Unpublished thesis, Department of History, University of Melbourne. [Rpt. On-line]. Available gopher: gopher. cltr. uq. oz. au Directory: ftp/pub/irc/docs/papers/theses/elizabeth reid File: electropolis. txt.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Rice, R. E. (1984). Mediated group communication. In R. E. Rice & As-sociates (Eds.), *The new media: Communication, research, and technology* (pp. 129-156). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rice, R. E. (1987). Communication technologies, human communication networks and social structure in the information society. In J. Schement & L. Lievrouw (Eds.), *Competing visions, complex realities: Social aspects of the information society* (pp. 107-120). Norwood, NJ: Ablex.
- Rice, R. E. (1993). Media appropriateness: Using social presence theory to compare traditional and new organizational media. *Human Communication Research*, 19, 451-484.
- Rice, R. E., Kraut, R. E., Cool, C., & Fish, R. S. (1994). Individual, structural, and social influences on use of a new communication medium. In D. P. Moore (Ed.), *Academy of Management best papers*, pro 454

- ceedings 1994 (pp. 285–289). Madison, WI: Omnipress.
- Rice, R. E., & Love, G. (1987). Electronic emotion: Socioemotional content in a computer-mediated network. *Communication Research*, 14, 85–108.
- Rice, R., & Shook, D. (1990). Relationships of job categories and organizational levels to use of communication channels, including electronic mail: A meta analysis and extension. *Journal of Management Studies*, 27, 195–229.
- Rickard, J. (1993, September/October). Home-grown BB's. *Wired*, pp. 42–45.
- Rosenthal R. (1981) Pavlov's mice, Pfungst's horse, and Pygmalion's PONS: Some models for the study of interpersonal expectancy effects. In T. A. Sebeok & R. Rosenthal (Eds.), *The Clever Hans phenomenon: Communication with horses, whales, apes and people* (pp. 182–198). New York: Annals of the New York Academy of Sciences.
- Sambamurthy, V., & Poole, M. S. (1992). The effects of variations in capabilities of GDSS designs on management of cognitive conflict in groups. *Information Systems Research*, 3, 224–251.
- Scheerhorn, D. R. (1991/1992). Politeness in decision-making. *Research on Language and Social Interaction*, 25, 253–273.
- Scheerhorn, D., Waijase, J., & McNeils, K. S. (1994). *Computer-based telecommunication among an illness-related community: System design and service delivery*. Working paper, Ohio State University, Department of Communication.
- Schlenker, B. R. (1985). Identity and self-identification. In B. R. Schlenker (Ed.), *The self and social life* (pp. 65–99). New York: McGraw-Hill.
- Schuler, D. (1993, February 24). A community linked by an electronic network. *Seattle Times*, p. 1.
- Selfe, C. L., & Meyer, P. R. (1991). Testing claims for on-line conferences. *Written Communication*, 8, 163–192.
- Short, J., Williams, E., and Christie, B. (1976). *The social psychology of*

- telecommunications. London: Wiley.
- Segel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S., & McGuire, T. W. (1986). Group processes in computer-mediated communication. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, 157-187.
- Smolensky, M. W., Carmody, M. A., & Halcomb, C. G. (1990). The influence of task type, group structure and extraversion on uninhibited speech in computer-mediated communication. *Computers in Human Behavior*, 6, 261-272.
- Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 656-666.
- Spears, R., & Lea, M. (1992). Social influence and the influence of the "social" in computer-mediated communication. In M. Lea (Ed.), *Contexts of computer-mediated communication* (pp. 30-65). London: Harvester-Wheatsheaf.
- Spears, R., & Lea, M. (1994). Panacea or panopticon? The hidden power in computer-mediated communication. *Communication Research*, 21, 427-459.
- Sproull, L., & Faraj, S. (in press). Atheism, sex, and databases: The Net as a social technology. In B. Kahin & J. Keller (Eds.), *Public access to the Internet*. Cambridge, MA: MIT.
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492-1512.
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1991). *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge, MA: MIT.
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1995). Computers, networks, and work. *Scientific American: The Computer in the 21st Century* (Special Issue vol. 6, no. 1), 128-139.
- Stafford, L., & Reske, J. R. (1990). Idealization and communication in long-distance premarital relationships. *Family Relations*, 39, 274-279.
- Steiner, I. D. (1972). *Group process and productivity*. New York: Aca-

demic

- Steinfeld, C. (1992). Computer-mediated communications in organizational settings: Emerging conceptual frameworks and directions for research. *Management Communication Quarterly*, 5, 348-365.
- Steinfeld, C. W. (1986). Computer-mediated communication in an organizational setting: Explaining task related and socioemotional uses. In M. L. McLaughlin (Ed.), *Communication yearbook 9* (pp. 777-804). Newbury Park, CA: Sage.
- Straus, S. G., & McGrath, J. E. (1994). Does the medium matter? The interaction of task type and technology on group performance and member reactions. *Journal of Applied Psychology*, 79, 87-97.
- Trevino, L. K., & Webster, J. (1992). Flow in computer-mediated communication. *Communication Research*, 19, 539-573.
- Turoff, M. (1991). Computer-mediated communication requirements for group support. *Journal of Organizational Computing*, 1, 85-113.
- Valacich, J. S., Dennis, A. R., & Nunamaker, J. F. (1991). Electronic meeting support: The Group Systems concept. In S. Greenberg (Ed.), *Computersupported cooperative work and groupware* (pp. 133-154). London: Academic Press.
- Valacich, J. S., Dennis, A. R., & Nunamaker, J. F. (1992). Group size and anonymity effects on computer-mediated idea generation. *Small Group Research*, 23, 49-73.
- Valacich, J. S., Mennecke, B. E., Wheeler, B. C., & Wachter, R. M. (1994). Uncovering limitations to media richness theory: The effects of varying media and tasks on user perceptions and task performance. *proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 4, 11-20.
- Van Gelder, I. (1985, October). The strange case of the electronic lover. *Ms. Magazine*, pp. 98-124. Rpt. in C. Dunlop & R. Kling (Eds.) (1991), *Computerization and controversy: Value conflicts and social choices* (pp. 364-375). Boston: Academic.
- Walther, J. B. (1992a). Interpersonal effects in computer mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52-90.

- Walther, J. B. (1992b). A longitudinal experiment on relational tone in computer-mediated and face to face interaction. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 4, 220—231.
- Walther, J. B. (1993a). Construction and validation of a quantitative measure of impression development. *Southern Communication Journal*, 59, 27—33.
- Walther, J. B. (1993b). Impression development in computer-mediated interaction. *Western Journal of Communication*, 57, 381—398.
- Walther, J. B. (1994). Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 40, 473—501.
- Walther, J. B. (1995a). *Personalizing mediated relationships: Applications of electronic hyperpersonal communication theory to customer relationships*. Unpublished manuscript, Northwestern University, Department of Communication Studies.
- Walther, J. B. (1995b). Relational aspects of computer-mediated communication: Experimental observations over time. *Organization Science*, 6, 186—203.
- Walther, J. B., Anderson, J. F., & Park, D. (1994). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A meta-analysis of social and anti-social communication. *Communication Research*, 21, 460—487.
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human communication Research*, 19, 50—88.
- Walther, J. B., & Tidwell, L. C. (in press). Nonverbal cues in computer-mediated communication, and the effect of chronemics on relational communication. *Journal of Organizational Computing*.
- Watson, R. T., DeSanctis, G., & Poole, M. S. (1988). Using GDSS to facilitate group consensus: Some intended and unintended consequences. *MIS Quarterly*, 12, 463—478.
- We, G. (1994). Cross-gender communication in cyberspace. *Arachnet Electronic Journal on Virtual Culture* [On-line serial], 2 (3). Available go 458

pher; gopher. cic. net Directory; Electronic Serials/CICNet E-serials Archive/Alphabetic List/e/Electronic Journal on Virtual Culture File: aejvc-v2n03we-crossgender.

- Weisband, S. (1994). Overcoming social awareness in computer supported groups: Does anonymity really help? *Computer Supported Cooperative Work*, 2, 285—297.
- Weisband, S. P., Schneider, S. K., & Connolly, T. (1995). Computer-mediated communication and social information: Status salience and status differences. *Academy of Management Journal*, 38, 1124—1151.
- Whitaker, R. (1994). GDSS' formative fundamentals: An interpretive analysis. *Computer Supported Cooperative Work*, 2, 239—260.
- Zimmerman, D. P. (1987). Effects of computer conferencing on the language use of emotionally disturbed adolescents. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 19, 224—230.

第三部分

方 法

● 内容分析

内容分析

吉多·H. 斯坦普尔

(Guido H. Stempel III)

内容分析是一个正式的体系，它使我们从对内容的研究分析中得出结论，就像我们在非正式的情况下经常做的一样。我们对各式各样报道的恰当性表达意见，不论是报纸上的、杂志上的、电台中的、还是电视上的，这样的意见都基于我们作为观众或是听众所获得的信息。

这样的意见使交谈变得有趣，但是我们在最近的几年中看到，这种不经意的评论已经成为很严肃地提议对大众传媒进行重大改变的基础。比如说，各式观察家们感到电视上的暴力太多。就是这样不经意的评论，而不是对电视上暴力多寡的精心科学论证，促使公众利益集团和政治家们对电视业进行不断地抨击。现在已有一些经过精心论证的有关电视暴力的统计数据，但是这些数据在各媒体及国会中得到引用的次数远远低于倡导者的个人印象。同样的，在人们对于网络新闻的探讨和对于所有权集中造成的影响的讨论中，人们对内容的不经意的评论也占压倒性的地位。

有关电视暴力的论战也许很有趣，但是这样的论战很少最后得到解决。各方对于电视暴力的看法受到他们不同观点的左右。批评者观看一个电视节目，他看不到别的，全部都是暴力。电视

制作人观看同样的一个节目，他看到的暴力只是偶然伴随着情节的发展而出现。

这样的情况使得正规的内容分析变得明显有必要。电视暴力这样重要的问题无法仅仅依靠人们的印象来解决。内容不能受到忽视，在大众传播的其他问题中也不行。这就表示我们需要有比光是记录下人们对于某一特定内容的印象更好的方法。

在大众传播中内容分析的地位可由下面的对于传播研究的公式进行简单的说明。

谁对谁说什么，有什么作用。

很明显，传播学对于这个公式中的四个方面没有一视同仁的进行研究，但是我们提出这个公式并不是想要说明这一点，而是希望说明，传播学研究只有当它把内容和传播者受众以及作用联系起来才能发挥它整个的潜力。

内 容 分 析 的 定 义

贝雷尔森 (Berelson) 在 25 年前提出了内容分析的经典定义：

“内容分析是一种对传播的明显内容进行客观、系统的定量描述的研究方法。”^①

理解内容分析，并完整应用它的关键是要对“客观”、“系统”、“定量”和“明显内容”有一个正确的认识。

首先，“客观”与主观和印象主义相对。客观要求精确定义内容分析的种类（范畴），使得不同的人能够分析同样的内容后得到相同的结果。如果内容分析不是客观而是主观的话，不同的人就会进行不同的内容分析。客观意味着分析结果是由分析的程序决定而不是由分析者决定。

“系统”首先意味着所有的内容分析都采纳一个固定的分析程序。第二，“系统”也意味着将内容分析的种类（范畴）都列

出来，使所有的相关内容都得到分析。最后，“系统”意味着对分析的设计有要求，使本分析能够找出与研究课题和假设有关的数据。

“定量”意味着简单的记录下数字值和不同种类内容出现的频率。

“明显的内容”指的是显而易见的内容，也就是说内容应该是以其出现的形式进行分类和编码，而不是凭内容分析者对内容涵义的揣摩和感觉。

对于贝雷尔森定义中的第一和第二点，很少有争议。当然，存在一些不够“客观”和“系统”内容分析家，但是没有一个人认为不应该客观和系统。但是，对于内容分析应该“定量”和处理“明显的内容”这两点，人们的态度便不太一样了。

不断有人提议，内容分析应该是“定性”而不是“定量”的。这一提议基于“定性”和“定量”是相互排斥的错误假设。那些宣扬“定性”的内容分析研究的人，批评已经发表的内容分析浅薄而且毫无意义。但是这样的批评，其实也可以算作是对该内容分析不够像定义中所要求的那样“系统”的指责。

那些宣扬“定性”而反对“定量”内容分析的人似乎同样忽视了这一点，如果研究不“定量”，研究的意义会产生缺失。比如说，《新闻周刊》报道1976年总统大选中的吉米·卡特和杰罗德·福特并没有什么特别的重大意义。那些报道出现的相对频率才是一个有意义的事实。当然，知道这些报道是赞许性的还是正好相反，署名还是没有署名，切中某些问题与否是有用的。这几点是选用体系的问题，而不是分析是否要定量的问题。

“明显内容”的概念一直被一些人所批评。这些人认为，当能够肯定传播者的传播意图和传播内容不符，同时还能肯定自己知道传播者的传播意图到底是什么的时候，他们应回避处理显而易见的内容。这种观点有它的原因，但是问题是抛弃了明显的内容后，客观性是否还能够得到保持。不管怎么说，内容分析者这

个时候是把他自己的主观看法带入了研究中。尽管他/她可能认为这是一个显而易见的正确阐释，但是别人是否会同意他/她的看法，这又是另一回事。如果其他的编码者提出异议，那么，显然两个人在运用相同范畴时应该得出同样结论的这个标准便会被破坏。

一些研究者对只对内容的最为表面的层次进行研究表示担忧，担心这将会扭曲事实。但是这种担心，也许可以通过对结论进行恰当地解释来消除或者更为有效，而不是抛弃明显内容。举个例子，如果两个政治上的对手几乎是同样多地谈到了减少赤字，这并不表明他们的经济观是相同的。这也不能说明，他们中的任何一个都没有真正减少赤字的意愿并为此而采取行动，这在我们的各级政府都有大量的明证。这表明的是，他们两个都意识到谈论减少赤字符合听众们的期待，这才是一个有意义的内容分析的阐释。

内 容 分 析 的 程 序

进行内容分析的人一定要处理好四个方法上的问题：分析单元的选择、分析类别的建立、内容抽样以及编码的可靠性。

1. 分析单元的选择

我们需要考虑的是，简单地说，我们到底要选取词语、陈述、句子、段落，还是整篇文章作为分析的对象。答案应该与我们的研究目的密切相关。如果我们的目的是要找出报纸上有多少关于南美的报道，那么我们不会蠢到去用词语作为分析的单元，一个个地去数报纸上出现了几次南美或者是南美国家的名字。我们可以通过统计有关文章的数量，而不是词语的数量得到相同信息，同时工作量也相对较小。相反，如果我们的目的是要看占米·卡特和杰诺德·福特谁在网络电视新闻节目中得到更多的正面

宣传，我们也许更需要选择词语和象征符号来记数。大多数的有关这两个候选人的报道总是同时涉及好的和不好的两面。我们也许可以对每次报道做出一个总的判断，但是在这样做的时候我们将会丢失大量的信息。所以对于分析单元的选取主要是看需要什么样的信息才能满足研究的需要。

2. 分析类别的建立

已经由其他研究者建立的类别系统可能适用于你的研究。如果你想研究电视对于一次总统选举的报道，拉斯韦尔（Lasswell）建立的象征符号编纂系统可能是你的选择。^②这样你只需确定相关的象征符号，它们可能是候选人的名字或者是党派的名字，加上一组指示性的类别，比如赞许的、批评的、或是中性的。如果你希望处理在美国报纸中有关南美的主题，多伊奇曼、（Deutschmann）的分类法可能适合^③。他的 11 分类法包含了媒介中的所有的内容：战争、和平、流行娱乐、普通的人类兴趣、经济活动、教育和古典艺术、政治和政府、犯罪、事故和灾难、公共健康和福利，科学和创造以及公众道德问题。在其他的情况下，你也可能找到一个和你心中的研究类似的研究曾经用过的分类体系。这对于一些相对比较小的题目也是一样。使用在其他的研究中已经使用过的分类体系有很多实实在在的好处。第一，你知道这是一个可以操作的体系。看到别人用这种分类法得到的研究结果，你可以对自己可能得到什么样的结果有一个大致的概念，还可以不用担心分类体系的正确性和可靠性。但是，尽管如此，你可能发现你仍然需要创立你自己的分类体系。只有你的结论是现有的分类体系没有哪一个能够达到你的研究目的，你才可以在此基础上决定自创分类体系而不是使用已有的分类。

在你开始创建一组分类体系的时候，你需要考虑这样三件事：

- a. 分类必须是与你的研究目标有关；

- b. 分类必须有用；
- c. 分类体系必须易于操作。

这三点是相互关联的，当一个分类不能满足三点中的任何一点，那么很可能它使整个分类都有缺欠。

简单的测试分类类型是否贴切有效的办法，就是看这种收集到的分类信息是否能够回答研究问题，或者是否可用于研究的假设验证。比方说，如果你的目标是测定在美国的报道中有关南美洲的报道是否恰当，你可能需要知道这些报道的版面位置。对“第一版”和“其他版面”进行分类也许是有必要的，因为这样的区别对于如何评价报道是有意义的。在另一方面，也许你会以“奇数版”和“偶数版”为一种分类，但是这样的分类将是没有太大用处的。知道哪些部分的报道是在奇数版将不可能说明任何有意义的问题。在很多情况下，仔细考虑研究假设才能决定一种分类是否贴切有效。比如，对有关南美洲国家的报道进行主题分类可能有用也可能没用。如果假设只是美国公众得到的有关南美的消息比起有关欧洲的消息来说要少，那么，没有必要去区分这样的报道是有关政治、经济或者是事故和灾难的。而如果假设是在有关南美的报道中，由于通讯员的分工造成了灾难报道多于政治新闻，那么这种主题分类是绝对必要的。

在说分类应该有用的时候，我们做出了内容分析就是要对媒介处理程序以及其中涉及的决策有个说法这样一个假设。在我们对于电视新闻网是怎样报道一次总统选举的考察中，我们的假设是，通过我们的内容分析，我们可以洞察通讯员、摄影师、编辑和主持人们所做出的那些决定。如果我们的分类中包含了这些人根本无法决定的内容时，那么我们可能无法实现我们的研究目的。比如说，如果我们要考察那些关于群众对于候选人的反应的新闻的时候，我们所考察的，与其说和媒介人员对选举的报道决策有关，也许还不如说与选举本身更有直接的关系。如果新闻报道了在候选人宣扬国防开支时观众嘘声一片，这可能和摄影师本

人毫无关系。

在这个领域中的另外一个问题是对于某种内容特征人为地给出数量值。我们可能决定，每一个配有录像或是电影的故事，都假定为4；而每一个配有静止不动的图片的故事为2；没有图片的故事为1。我们这样做的假设是，图像会加强故事的影响力。我们可能都同意这些数字和分量中所包含的这些潜在假设。但是，将很难证实我们那些所谓的存在着不同影响力的这种假设。事实上，我们可能在扭曲事实，而且我们可能离那些对于新闻人员来说真正的选择越来越远。如果配不配发图片是一个真正的区别，那么看上去也许一组直接的、描述性的分类更为合适。比如了解到在某一电视网上75%的录像和电影都与共和党候选人有关也许更为有用。实在的统计数据也许比说共和党的平均图像值为2.56而民主党的平均图像值为1.53更为有意义。

保持分类体系易于操作主要是一个限制类型数量的问题。一旦编码者熟悉了分类体系，他们应该可以自如地进行操作，而不需要频繁参考分类表和分类定义。在分类类型数量不太多的时候，要做到这一点是不太难的。但是，在分类类型数量在10到20之间的时候，可能超过编码者的能力范围。如果你的分类类型数量达到100，那么你大部分的时间都将用来查阅分类表，而不能作其他任何事情。保持分类体系易于操作在很大程度上要求谨记自己的研究目的。人们很容易沉迷于希望考察可能有的所有分类，在这个过程中忘记了自己这么做的目的。

3. 内容抽样

在很多方面，在内容分析中的抽样和在调研中的抽样是相同的。经常被忽视的一件重要的事是，应该保证抽样在研究对象中的代表性。主要的考虑是要使每一个单元都在抽样中有相同的抽样率。遗憾的是，在内容分析中，有接受相对宽松的标准的倾向——似乎每一个单元都在研究对象群中和其他的单元一样。我

们就是在这种认识的基础上接受把某一大学图书馆每天的报纸作为一个有代表性的样品。即使是不经意间的重新考虑，都将使你明白，大学图书馆收集报纸资料的目的并不是为了成为一个有代表性的抽样样品，不论收集这些报纸是为了什么，它都不构成一个有代表性的样品。

在为内容分析采集样品的时候，我们不仅要考虑到采样的媒介还要考虑到采样的时间。所以，如果你决定要考察电视网上对于总统选举的报道，你必须考察整个选举，或者考察在所选取的时间段之中被抽样抽中的那些日子。在这里，主导原则还是要给所有的日子相同的被抽中成为考察样品的几率。

除了这些很基本的抽样事项之外，对于内容分析来说，还有一些比较特别的抽样考虑。这些考虑事项一般指在一些情况下必须分层抽样，而在另外一些情况下目的性抽样更有用。

第一个需考虑的是周日的问题。对于大多数的报纸来说，版面数量模式是一定的。在每周中间的那几天，版面数量都会多于一周的开始和结束的那些日子的版面数量。具体的差异各个报纸各有不同，由报纸的交易地区零售模式决定，但不论怎么说，版面数量的变化是主要由刊载的广告量的变化决定的。这使得有必要给每个周日同样的体现。比如，如果你决定要在你的抽样中体现 24 天，那么你应该随机地抽选 4 个星期一，4 个星期二等等。星期天是一个特别的问题，一方面是因为星期天的报纸版面数要多得多，另一方面也是因为很多的报纸在星期天不发行。一些内容分析者便把星期天排除在外。这并不总是个好办法，但是如果你要同时考察星期天的报纸，你应该非常注意将有星期天这一期的报纸和没有星期天这一期的报纸做一个对比。

周日的问题同样出现在研究电台和电视的时候，但是原因不同。电视每天播出的时间是一定的，问题出在新闻本身。因为新闻并不是每天同样地产生。经济界和政府一般是一周工作五天，共 40 个小时。并不是所有的新闻都来自这两个渠道，但是绝大

部分的新闻是这样。对于报道者来说，在星期五中午到星期一中午的时间内新闻素材相对难以获得。所以，如果你在研究新闻传播，你可能需要在你的抽样中平等的体现一周中的每一天。

第二个要考虑的问题是新闻媒介和新闻采集是如何组织起来的。比如说，如果你希望研究美国报纸对于南美的报道，一种办法就是对美国的日报做一个随机抽样调查。你也许想在大约 1760 种日报中随机抽出 100 种来进行研究。在这样做的时候，你就可能忽视了这样两件事。第一，进入美国国内的有关南美的新闻消息来源是很有限的。主要是靠两个美国电讯社、美联社和合众国际社。路透社和英国报社也是来源之一。除此之外，十几个美国的报社可能也有在南美洲的通讯员。在这种情况下，也许你可以从 15 家精心选择的报纸中得到比在随机抽样后选出的 100 家报纸中更多的有关知识。第二，靠电讯社获取新闻的报纸有它们自己决定获得多少有关南美新闻的自由。这样的选择包括费用，报纸为了获取新闻的花费与报社的财政收入有关，而报社的财政收入又和它的发行量有关。所以，可以预见，在发行量小于五万份的报纸中有关南美的新闻远远少于发行量超过五万份的报纸。大约这种发行量水平才可能有财力支付全国的和国际的电讯，而不仅仅是编辑过的简要州级电讯。同样是在这种发行量水平，报纸才可能支付第二个电讯服务。我们在这里同样可以说，考虑到了这些因素后选择一个相对较小的抽样可能会提供更多的信息。

第三个要考虑的问题是可获得性。对于研究报纸上有关南美的报道来说，可获得性不是一个大问题。不论你希望考察哪一份报纸，你都可以通过这份报纸的发行处获得样品。但是对于广播电视业的研究来说，情况就不同了。设想我们想要知道电视是怎样报道最近的总统选举的。很容易将某一电视台作为研究选用的样本，然后呢？居住在俄亥俄州雅典城中的我怎么可能知道在印第安那波利斯的 WISH 电台和圣地亚哥的 KCST 电台的播出的

节目内容？答案显然是想办法获得电视手稿或是录像带，但是说起来容易做起来难。我们知道有一个国家研究项目，由国家广播协会授权可以获得绝大部分的电视手稿。但那毫无疑问是一个例外，因为有了国家广播协会的授权才使得有如此高水平的合作。

第四个应该有的考虑是关于你是希望就新闻的决策人员的行为做出推论，还是希望就媒介对观众传达的信息做出推论。在第一种情况下，你应该对报纸进行抽样，一个好的抽样对所有的报纸都将具有代表性。而在第二种情况下，你应该考虑从发行量方面对各种报纸有所比较。

它将要求在对各份报纸按照发行量大小进行分层之后，再对报纸进行随机抽样。否则，在对多于 1600 份报纸进行随机抽样 100 份之后，发行量最大的报纸可能没有被列入其中。一个纯粹的对日报的随机抽样将会使我们对拥有 50 万或者更多的读者的大报纸知之甚少而对少有读者的各类小报掌握大量的信息。我重申，这是一个选择最适用于研究目的的研究方法的问题。

遗憾的是，我们很清楚地看到研究者们通常是怎样回答这个问题的。我们对于广播的新闻内容的研究主要是在对网络新闻的研究方向上。毕竟，监控三大新闻电视网相对来说是较为简单的。有好几个研究员投入并完成了这项工作。同样的，电视网上还提供有关电视娱乐节目的一些内容研究结果。不幸的结果是很多电视新闻和娱乐节目从来没有被人研究过。对于无线广播来说也是一样，只是问题更为严重，因为电视网上提供的广播只是所有广播中很小一部分。

这些例子表明在很多情况下，研究人员由于可获取性的限制，不得不接受不够完美的抽样结果。

4. 编码的可靠性

由于内容分析应该是系统的和客观的，这意味着研究人员一定要注意研究的可靠性。我们说的可靠，简单地说也就是指分类

的一贯性。比如说，如果我们有两位编码员观看电视网上有关总统选举的新闻报道，我们期待着他们的说法是一致的，不仅是报道中提到民主党候选人的次数的统计数目一致，而且关于每次分别是正面宣传还是反面的报道的说法也一致。现实一点来说，我们知道他们不可能完全一致，但是如果我们不能在某种程度上找到其一致性，那么，我们显然不能声称我们的研究是系统和客观的。

编码员之间相互产生异议一般有三种原因：

- a. 分类定义不明确；
- b. 编码员自己无法达成共同的参考体系；
- c. 疏忽。

在研究的初级阶段编码员之间产生的异议多于他们之间一致意见是很常见的现象。

研究员的主要考虑应该是如何加强可靠性。第一步是对分类类型进行明确的定义。第二步是在编码员正式进行编码之前，和编码员一起试做一遍分类和编码。进行先期实验是有必要的。要一点一点地比较核对各个编码员的编码结果，这有助于达成一个可供编码员使用的共同参考体系。实验性的编码应该在有条件的情况下尽量多做几次。一组编码员要达成一个共同的参考体系可能需要一整个星期的时间。

一旦正式的编码开始后，我们需要不时地进行抽样检查，以保证可靠性的水平不会下降。当编码员认为定义和说明不足以解决出现的问题时，应该举行简要的研讨会来研究解决这些问题。

如果你自己进行独立编码，可靠性问题虽然不会更为复杂，但是同样的存在。如果有可能，开头的时候，你应该请一个人和你一起工作。并请他/她和你一起做些抽样检查的工作。通过和第二个人一起工作，你可能需要澄清一些定义和工作程序，你也可能需要找出一个客观的工作步骤。

对于一次内容分析来说，可靠性评估的结果应该计算出来并

加以汇报。最低的要求是选出三个段落，让所有的编码者进行编码。独自进行内容分析的研究员应该在工作就要结束的时候，重新对所做过部分内容进行编码并比较两次的结果。还有，如果你正像刚才建议的那样请了一个助手和你一起工作，那么你在进行可靠性检查的时候也用得上他/她。在编码结束的时候，你们应该一项一项地进行比较。我们认为在此应该就编码者之间一致性的比率作出报告。

尽管如此，一些内容分析专家提出应该考虑到分类体系的复杂性和出于偶然而造成的一致性的程度高低。^④还有一些专家采用相关检测法。^⑤这些更为复杂的办法有它们的优点。在大多数情况下，可靠性水平是由相关系数表现的，编码的相关分布使我们可以给出和其他的测量值有可比性的值。这也使我们可以计算出可说明的变化。一致性比率的另一个缺点是它有任意性，多高的一致性比率是可以接受的完全是个看法问题。但是，一致性比率是一个被认可的给出可靠性的方法之一。

5. 对编码者的培训

对于采用好几个编码者的研究来说，有必要谈一谈编码者的选拔和培训问题。第一点建议是找到有经验的编码者。虽然这一点很明显，但是它并不实际。你找到的编码人也许从来没有做过这样的工作。也许找一些有相关的学术背景的人员似乎更为可取。我们知道一个人的学术训练在编码的最初阶段可以为他/她提供一种看问题的角度，这是很明显的。我们曾经找到一群大学老师来为我们做编码员，他们来自三个学科：新闻学、政治学和社会学。这些学科有相似的地方。有人甚至认为所有的大学教授都是相似的，但是我们仍然花了很长一段时间才找到一个统一的办法。在开始工作的时候，教新闻学的老师相互之间差异很小，但是他们作为一个整体和教政治学的老师相比，工作方法有很大的差距，而教政治学的老师又和其他两个学科的老师不同。

对培训编码者的重要挑战是要达成共同的参考体系，这对于你成功地完成研究有着至关重要的意义，而这来得并不容易。不管你是如何仔细地界定你的分类，并且如何很用心地向编码者做出解释和说明，编码的时候总会出一些问题。而出一些这样的问题是很普通的。我们不仅要找出这样的一些情况，就它们进行讨论，同时还应该达成共识。记住编码者只需要知道他们借以工作的那些规则，而不需要接受我们借以处理问题的基本原理。很有可能你的一个编码者就是不能和其他的编码者达成共同的参考体系。在这种情况下发生的时候，我们肯定要使这个编码者退出编码组。在通常情况下，这都是由于这个编码者和编码组中的其他成员的文化背景之间的巨大差异造成的。这不是对于那个编码者个人的批评，而只是反映了他/她有着和其他成员完全不同的视角而已。

对编码者的培训伴随着研究的全过程。随着研究的进展，编码者的工作应该不断地进行检验。我们要提供编码者讨论问题的机会。进行讨论的主要价值就在于这个共同参考体系的达成。

计算机内容分析

一些研究创建并采用计算机程序来进行内容分析。在最理想的情况下，这样的程序可以节省时间，并且给出具有高度可靠性的编码。同时，你也应该认识到在很多情况下计算机程序并不那么有用。我们讨论计算机内容分析的主要目的是为了帮助读者认识到利用计算机程序的潜力。

计算机的主要优势在于它能够极其迅速地完成简单的工作。实际上，对于内容分析来说，这意味着计算机对于一个需要辨认单词和音节的研究非常有价值。一个很好的有效利用计算机为内容分析服务的例子便是在第6章由丹尼尔申（Danielson）提到的由威尔赫沃伊特和谢瑞尔（Wilhoit and Sherrill）^⑤完成的有关美

国参议员在电讯报道中可见度的研究。在这个研究中，计算机的作用基本上就是辨认 100 个词（即这些参议员的名字）。另一个好的例子是安德尔森利用关键词来判断新闻内容的研究。^⑦他的假设是以目前新闻为基础的一组恰当的关键词，可以帮助他对不同电台新闻报道的内容做一个精确比较。

还有一个例子就是赫尔斯蒂（Holsti）对奥斯古德（Osgood）评价性断言分析的计算机处理系统。^⑧对于这样一个研究来说，有必要对评价性形容词进行归类。赫尔斯蒂不仅一一列举了这些评价性形容词，他还赋予了每个这样的形容词一个数量值。这种办法通常来说要求一一判断每个不同的评价词，但是赫尔斯蒂的方法可以对任何一个形容词，给出标准化的判断。

用计算机来处理上下文或者处理词组是不容易的事。比如，要用一组词语或是象征符号来研究总统大选也许并不很难。但是如果我们希望根据上下文做出有倾向性的评价，这将是极其复杂的事情。我们可以给出某些词语或者好几组词语，但是要给出一份涵盖与总统大选可能出现的背景报道有关的所有的词语的列表将一件很难的事情。我们当然可以让计算机打印出所有的陈述并自己进行判断，但是那将不是一种有效率地利用计算机的方法。

如果我们希望处理关于南美洲的新闻报道这个问题，我们可以拿出一张国际日期变更线列表和国名列表。假设我们有一种第六章中由丹尼尔申提到的把内容输入计算机的简单办法，那它对从所有内容中确定一个相对小的部分可能是有效率的。

这把我们带到了用计算机处理内容分析的又一个主要的考虑点上：我们如何进入计算机。当然，一种办法是可以把所有的需要进行内容分析的内容都用键盘输入到计算机中，但是使用计算机输入的话，也许比用手抄更慢。当然可以让好几个人同时从事计算机输入这项工作，这样可以节省一些时间。而且，用计算机对内容进行编辑和计算都能节省时间，这样可以使研究小组在比用手抄更短的时间内完成工作。尽管如此，这样的工作还是很累

人的。有两种更为简单的办法。

第一种，就像丹尼尔申指出的那样，在很多出版物印刷的过程中都要求用打带排版。一旦版面排好后，排的版就没有什么用了。我们可以用适配器把排好的版面直接读入计算机的存储器中。这是一个可以使内容分析家更为快捷、更有效率输入内容的办法。当然，如何获得这样的带子可能是个问题。这样要求我们有必要获得作为研究对象的各种媒介和电讯业的合作，这样的合作将很难是对等的。

第二，一些电讯机构直接把信息传送到会员报纸所属的计算机存储设备中。如果你有办法接入一张电讯网，你也可以把它输入你自己的存储器中。或者你可以从带子上获取你所需要的东西，并把这些带子传送入你的计算机中。在实践中，以上这些办法可以混用，这由你的计算机硬件设备决定。接口（从一个系统接入另一个系统）对于希望使用计算机的很多内容分析家来说经常是个不小的问题。

光学扫描仪对于计算机输入来说可能是个长远的解决办法。目前的扫描仪只是在特定条件下才谈得上有精确度，一般有某种字体要求。但是设想将来可能会有有一种光学扫描仪可以识别一份报纸、一本书或者一份杂志的整个版面，存入计算机内存也不是完全不现实的事。只是我们现在还没有进入这样一个阶段。

我们想要在这里指出的是，如果你遇到了一个内容分析的困难，通过对词语或是象征符号进行编码就可以解决它，如果你又可以很容易地利用计算机，那么用计算机处理内容分析很有意义。但是，从很多的内容分析来看，用计算机处理内容分析这种办法的用处不是很大。计算机内容分析肯定会变得越来越普遍，但在可预见的将来，只有一小部分的内容分析会用到它。

一次成功的内容分析研究是一系列正确决定的结果。整个程序首先要有对研究目的和研究假设的明确陈述。除非你知道你要探求的结果，你不可能做出那些需要很多智慧才能得出的决

定。一旦你明确了自己的研究目的，你就可以开始考虑研究中最基本的问题，确立考察的单元，创建分类类别，选取样本，然后是对编码者的挑选和培训。虽然说所有的这些问题应该可以而且必须在研究开始之前都精心考虑到，但在研究的全过程中还是需要不停地做出一些小决定。虽然这些决定都应该和那些最基本的考虑协调一致，但是也不能完全僵化。调整通常是有必要的，因为不是所有的问题都是可以预见的。

在这一章里我们试图指出在做出各种决定时应该有的一些考虑。你有必要记住在一些情况下，好几种选择都是可取的。研究者可能就什么样的选择才是最佳选择有不同的意见。你的目标应该是谨记你的研究目标，尽力做出你能够做出的最好决定。如果你可以做到这一点，毫无疑问的，你一定可以完成一项优秀的研究。

(鲁琳佳译，关世杰校，译自：G. H. Stempel & B. H. Westley (Eds.), *Research Methods in Mass Communication*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 第七版)。

注释：

① Bernard Berelson, *Content Analysis in Communication Research* (New York: The Free Press, 1952), p. 18.

② Harold Lasswell, Nathan Leites and associates, *The Language of Politics* (Cambridge, Mass.: M. I. T. Press, 1965).

③ Paul J. Deutschmann, *News page Content of Twelve Metropolitan Dailies* (Cincinnati: Scripps Howard Research, 1959), pp. 92-95.

④ W. A. Secor, "Reliability of Content Analysis: The Case of Nominal Scale Coding," *Public Opinion Quarterly*, 19: 321-25 (1955).

⑤ Lasswell, *Language of Politics*, Chapter 5.

⑥ G. Cleveland Wilhoit and Kenneth S. Sherrill, "Wire Service Visibility

ity of U. S. Senators." *Journalism Quarterly*, 45: 42-48 (1968).

⑦ James A. Anderson. *Broadcast Stations and Newspapers: The Problem of Information Control: A Content Analysis of Local News Presentation* (Washington, D. C.: National Association of Broadcasters, 1971).

⑧ Ole R. Holsti, *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities* (Reading, Mass.: Addison-Wesley Publishing Co., 1969), pp. 167-94; Charles E. Osgood, "The Representational Model and Relevant Research Methods", in Itiel de Sola Pool, ed., *Trends in Content Analysis* (Urbana: University of Illinois Press, 1959), pp. 33-88.

调查研究

乔治·康斯托克

(George Comstock)

马克斯韦尔·E. 麦库姆斯

(Maxwell E. McCombs)

使用样本调查研究来观察大量人口的社会和行为特点、态度、价值观以及信念有着相当长的历史。早在 19 世纪的卡尔·马克思和马克斯·韦伯就曾经不时地运用过这种方法。但是这种方法真正成为采集数据资料的主要方法，时间不早于本世纪中叶。现在在传播学和其他社会科学领域中得到广泛运用的选取样本，设计问卷以及获得测量尺度的科学程序，正是在最近几十年中才得以发展起来的。

使得调查研究得到如此广泛运用的主要特点是，调查研究是“节俭的”。它的“节俭”体现在两个方面。第一个方面，调查研究使用的是代表样本而不需要对所有研究对象进行普遍验证，这大大减小了在论证所考察的变量在总体研究对象中的分布时所需的大量数理逻辑方面的努力。在我们运用有效的代表样本（这真是现代调查研究的里程碑）之前，我们的办法有对研究总体的全面考察（而除非是在研究对象的总数不大的特定情况下，除了政府以外，没有人有能力进行这种全面考察）或者是对随便对一组人进行考察（而这组人通常不能代表需要考察的特定人群）。

在调查研究中，另外一种“节俭”也是同样重要的。一旦采访人开始了他和被采访人的对话（事实上是一系列提问和回答），对于采访人来说，他所提问题的数量和种类的自由度是相当大的。也就是说，通过对问题进行限制来确认8—10个事实，并不比从被采访者口里得到需要的信息来得更容易。这种获取广泛数据的能力意味着很多的假想推论可以在一组数据中进行验证。

调查研究的其他特点在前面的讨论中是有所暗示的。在实践中，这是非直接考察，分析的单位通常是一个人。在理论上，一旦选好了代表样本，就可以布置秘密的观察员来记录下他们的行为，但是我们很少这样做。通常，观察员直接和他们接触，请求他们接受一个采访。在这个采访中，被采访人在回答提问时对自己的行为进行回忆和反思。所以，分析的数据主要是基于被试的自我回忆，而不是试验者的直接观测。

虽然，我们一直强调的是有关个人的事实，调查研究有时候也用于分析其他的分析单位，例如家庭，附近的邻居、城市、国家或者是大众传媒机构。在这些情况下，研究的假设与这些群体特点之间的相互关系有关，而不是与群体特点有关。除了家庭之外，数据都是逐渐累积的。

最后，虽然调查研究相对于其采集的数据的范围来说，在投入上是“节俭的”，但是仍然涵盖某些方法论和其他方面相当大的范围。例如我们可以采集调查研究的数据，逐渐接近实验的必然结果。正像第十二章指出的，内容分析的种种方法可以用来分析对非限制性问题的回答，调查研究可以用来考察很多问题，可以覆盖政治，子女培养，消费者行为到大众媒介的使用等等不同类型的主题。由于调查研究有以上所有这些特点，它受到大众传媒学者的广泛欢迎和使用。

采 访

虽然一提到“采访”，人们立即会联想到好莱坞、白宫、伟大的事物、名流或者安迪·瓦尔霍，但采访实际上就是从当选为调查研究样本的人那里得到信息。由调查研究采集到的信息不会比所使用的方法更好；胡乱获得的信息内容空洞，确切性也不足。实验者通过做出一系列的决定影响采集到的信息的质量。这些决定包括数据的收集模式，对采访人的选择和培训，采访技巧以及减少没有反应的案例。

数据收集模式

采集数据最主要的三种方法是通过信件、电话和面对面的采访。每种不同的数据收集方法都有自己的优点和缺点，所以合适的选择必须根据具体情况而定。标准就是以最低的花费得到足够的信息。调查就是购买有关公众的信息；如果我们调查质量低，或者我们付出了高于必要的价格的代价，我们的购买就是失败的。

邮寄问卷

邮寄问卷是在各种获得信息方法中最省钱的一种。由于它省钱，所以几乎所有的人都可以试一试。让人觉得奇怪的是为什么没有更多的个人和公司利用美国邮政服务，使用最经济的邮寄问卷的办法。一个 200 份样本的花费仅仅就是印刷问卷，选出样本，购买信封和来回的邮费的花销。

尽管如此，邮寄“采访”并不是标准的问卷调查。它有几个主要的缺点。比较小一点的缺点包括问卷的最佳效果长度有限（因为人们不可能为了一个不请自来的侵扰而花去大量的时间）以及可以获得地址的数量有限。当然，我们可以寄非常长的问卷，我们也可以在信中要求收信人把问卷传给他家里的其他人，

比如符合某些既定要求的妻子，或是家里十八岁以上的最年轻的男人，或是年岁最大的有工作的女性。但是这样情况下，很可能得不到任何形式的回音。

邮寄问卷的最大的缺点是一旦我们把信寄出以后，我们无法对以后的事情进行任何形式的控制。我们不能控制是谁将会回答我们的问卷，有多少人会回答我们的问卷。对于问卷长度的限制和对于采样弹性的要求就反映了这一点，其他还有对回答无法进行更深一步的追问，无法获知回答的真实准确性程度有多高，也无法知道回答问卷者是否就是属于我们所想要的样本群体，没有任何机会来鼓励人们更为合作，何况还不可避免地使我们获取的样本主要偏向于反映那些有能力而且有意愿阅读问卷，填写问卷并且对问卷做出反馈的人的情况。这都是由于我们在邮寄问卷后几乎没有任何控制能力造成的。于是，邮寄问卷这种方式，只是在我们财政能力十分有限的时候才使用，而且只是在我们可以事先确定采样样本，事先知道回答者都是有读写能力的人，他们对问卷中的问题都有着比较大的兴趣，所以合作积极性会比较高的时候才使用。如果所有这些情况对于使用邮寄问卷这种形式有利，如果有理由相信会出现较高的反馈率，那么问卷的低成本实在是一件大好事。如果我们要求更真实的样本，那么邮寄问卷的30%—60%的回信率就无法满足我们的要求。

电话问卷

电话问卷和邮寄问卷相比花销大得多。所以电话问卷的样本数量一般来说是有限的。电话问卷在采样的时候的弹性更大，因为采访人可以在一个家庭中找出符合问卷要求的人员。一般来说，我们可以相对地确定，我们最后采访的人就是我们所需要的采样，因为我们可以从声音中听出男人和女人、老人和年轻人的区别。当然，电话问卷采访只局限于有电话的家庭，但是，随机拨号使我们可以忽视姓名地址录（专业调查研究机构现在是可以做到自动操作的）。对采访数量的那几种限制，就是处理没有多

大兴趣的话题和从大众中获得信息的一种功能。人们不太愿意和不熟悉的人长时间聊他们如何购物，他们的思想和他们的生活。相反的，电话早就成为记者使用的打字机的知心朋友。长时间的、探究性的、刺耳的甚至是非常粗糙的提问都是很常见的。也就是对于某些人来说，比如对那些对某种问题非常感兴趣的人或者是有关联的人来说，长时间的更为详尽的电话采访是可能的。例如像废除种族隔离这样的社会矛盾问题，向饮水中加氟化物（防止儿童蛀齿）、财产所得税、或者是正在进行的选举都可能由于引起了大量关注和参与而导致过度的电话访谈。电话采访组主要的好处是采集信息所需时间很短。在采集反馈的同时我们可以对他们进行记录。第二个好处是，和邮寄问卷差不多，对于分散在很广地域的人群采样的花费是不多的。

电话问卷在采样时弹性很大。在一个家庭中，一个电话采访员可以询问家中是否有符合采访条件的人。而且，电话采访员可以通过保证采访时间不会超过几分钟，而获得更多的反馈。电话问卷比邮寄问卷更好的地方还在于电话问卷有探究更为详尽的回答的机会。打电话的人询问人们对“娱乐设施”的看法，可以向电话那一端的人解释他所指的不是跑道、棒球场、迪斯科舞厅，而是每个人都可以无偿利用的青葱的绿色；邮寄问卷就不可能对原来的措辞有进一步的解释。同样的，打电话的人可以很容易对某种回答提出进一步的新问题；而邮寄问卷只能在加上说明和备注的情况下才能做到这一点。由于电话问卷可以对人们的回答进行更深入的探究，得到更为详尽的回答，所以和邮寄问卷相比对采集信息控制能力相对较大。就是由于这种控制，我们可以认为我们所得到的信息有一定的质量保证。

我们推荐使用电话问卷，主要是由于电话问卷可以迅速采集资料，花费相对不高，采样时的弹性比较大，可以通过对人们进行探究式的提问，可以通过提出更好的提问来获得所需的信息。它最大的缺点就是对于采访的时间是有所限制的，这种限制在很

少量的情况下可以随着被采访人的热情而化解。

面对面的采访

最标准的用来采集信息的调查研究方法是面对面的采访。这是最为昂贵的一种方法。它对管理的要求很严格。除非我们提出特别和昂贵的论点，和电话问卷相比，用面对面的采访采集可用资料的时间要慢的多。但是面对面的采访为我们提供了对资料采集最大限度的控制，这种控制就是面对面的采访所需大量花费的理由。

高度的控制主要体现在三个方面：采样能力、样本覆盖力、询问的范围。采访者可以主动依据设计思想进行采样而且可以把不需要的样本减少到最低程度。一旦确定了某个特定的地理范围，采访者就可以选择某些符合特定标准的住处，以及确定在这些住处里采访什么样的人。和电话问卷不同的是，被采访者不受是否有电话的限制。采访人还可以采用推销员的那些无害的方法来鼓励人们更多的参与。面对面的采访通常可以比电话采访和邮寄问卷更容易涉及更为广泛的材料。人们不会像在对待邮寄问卷和参与电话问卷时那样容易感到厌烦。所以面对面的采访可以最大限度地利用条件采集信息。

相对较高的采样质量和样本覆盖力这两个优势，在面对面的采访中由于第三个优点的加入而变得更加强大，这第三个优点就是疑问范围的增大。采访人不仅可以深入的探究，还可以对十分敏感的面部表情、声调、表示不确定和迷惑的姿态语进行探究；采访人可以根据反馈对采访进程进行调整，而且可以放弃话题和转移话题（这只有在面对面的交流中才有可能）。采访者还可以做到在邮寄问卷和电话问卷中做不到的一些事情。他可以向被采访者展示照片、图画、图表和列表。这样，采访者的实地存在，事实上使他可以更好地把其他的东西排除在采集信息之外。采访者不需要笨拙地询问被采访者的收入、文化水平、种族分支；他们可以让被采访者自己在卡片上用勾表示出来。采访者可

以用展示照片的方式使被采访者搞清楚所讨论的电视人物，采访者也可以拿出象征符号、说明、口号、商标的复制品，询问采访对象对这些象征符号、说明、口号以及商标的理解。面对面采访的这些优势对于那些受教育程度比较低的样本群体尤其适用。在财政上没有任何问题而且对邮寄和电话问卷存有疑虑的时候，面对面的采访是我们的第一选择。而且在采访文化程度低的对象的时候也许是我们惟一的选择。总的来说，面对面的采访花销大，但是它为我们提供了数量多质量好的信息。昂贵的费用意味着我们只有在其他的方式都不合适的时候才使用它。

三选一

选择信息采集方法的第一步是指定/详细说明所要采集的信息。这不仅包括明确所需要的样本的大小和性质，还包括明确研究将要回答的问题是什么。第二步是对所有可行的方法进行评估。在比较相同样本大小的时候，用于每个回答者的花费就是通常的度量单位。在典型的情况下，信息质量和花销这两方面是存在矛盾的。调查研究者常常是只能对相对的优势和劣势进行十分理智的判断。面对面的采访有很多好处，这使面对面的采访被普遍和经常的采用。研究者正是因为面对面有利于扩展提问，使他的一系列问题附属于正在进行的调查研究。

认为面对面的采访一定必要的这种想法肯定是错误的。比如说，我们可能由于认为电话采访城市居民样本可能失真，就认定从中得来的有关信息可能也失真。但是，在一次非常珍贵的，可以将电话采访的结果和面对面采访的结果进行比较的情况下，两者之间的差异更多的是由于采样错误造成的，而不是使用采访手段的不同而造成的。^①这一次采访的话题是犯罪，不管是在整个辛辛那提，还是在其中的每个区，不管是在人口组成上，态度上，或者是对犯罪的描述等问题上，在电话采访和面对面采访的结果之间都没有显著的差异。这次比较研究告诉我们，我们不能认为逻辑上的必然差异一定会在真实的生活中放大，从而在真实

生活中成为有意义的差异。

选择和培训采访者

电话采访和面对面的采访必然要求选拔和培训采访人员。专业的民意检测机构在整个国家范围内都有常备采访人员。但是，希望自己进行调查的调查研究人员可能需要自己的采访队伍。采访常常是一件很随意的事情，但是这项任务却很少是随意性的。潜在的矛盾是很真实的。调查研究人员面对的问题是如何在一夜之间把新手变成专业人员，这就是培训的任务。在生活中我们总是可以有自发性和个人特质，但是在采访中我们必须克制它们。调查人员避开混乱的主要方法是使用同样的说明和指示。所有采访者应该得到相同的指示。这意味着对培训的某种形式化，这样不同的重复不会在内容上发生变化。为采访人员提供一个学习和参考的小册子也许会有用。采访者问的问题和得到的回答都应该有所记录。完全没有预见到的模棱两可的情况通常像黄蜂一样到处飞来飞去。如果昨天的办法不能解决今天的问题，那就很不幸了。

我们对采访的过程进行说明是有必要的。对如何对付那些任性的被采访者、出乎意料的回答或者是其他的困难进行说明更是重要。如果我们能够更好地预测这些问题。如果我们能找出更加令人信服的模式，那么采访者的工作就不容易遭到破坏。我们应该逐条地向采访人员进行解释。我们应该推荐一些鼓励顽强者的方法。对于我们的采访员来说，那些现代生活必备的寒暄语，最平常的超市工作人员式的微笑都应该使用到。这些预防方法并不意味着对被采访者个人想象力缺乏信心，而仅仅是希望他们的个人想象力不会变弱。

我们应该要求采访者在采访之前把他们将要做的工作事先练习练习。在这种应该在培训中有所包含的练习中，理想的回答者应该是和以后将要遇到的被采访人一样对采访一无所知的人。各

种环境因素，比如起居室、电话、办公室，都应该和真实生活中的一样。培训要传递的信息要在每次采访中尽量相似。这对于电话采访和面对面的采访都一样。

准备不是培训的结束。第一天以后，所有的采访都应该对所问问题进行回顾，并对解决办法和程序重新进行摘要叙述。最初的采访经历常常有出乎人意料的地方。整支采访队伍都应该知道如何处理这些问题。同时，这种重新估计给了采访者赞扬和加强所期待行为的机会。行为的一致性不是教出来的，而是维持下来的。重新估计强调了原来所教内容的可行性，同时也强调了那些不熟悉的事物的挑战。持续培训的第一种逻辑含义就是在第一天结束之时或者是第二天开始的时候举行一个简要的汇报会，在此之后每隔几天都让采访员们碰一下头，直到采访的最终完成。持续培训的第二种逻辑含义是要进行持续性的监督管理。

选择采访员是一项艺术，它包含着一个含糊的规则：不要使回答问题的人处于不利境地。如果回答者做出某种回答是由于采访者的特点而导致的，那么我们所获得的信息很容易受到偏见的影响，这应该是很明显的。采访者的特点不仅包括谁是采访员，他的职业是什么，而且还包含他/她在采访时的行为。我们有一大批文章是有关采访偏见的。它们使我们倾向于接受以下三个推论：

1. 采访虽然易受影响，但一般来说是不容易受到严重偏见左右的。

2. 偏见主要是采访员和回答者两者的期待相互作用的结果，所以对这两者的社会距离十分敏感。

3. 没有一个绝对的规律可以排除偏见，因为在一个特定的情况下，偏见的基础非常微妙。^②

我们应该对那些由于怀疑资料中存在偏见而放弃一部分数据的人持质疑态度。通常，人们所怀疑的偏见不会成为现实。即使实现了，它也不会有多大价值，即使从统计学上讲它是重要的。

一般来说，可能发生偏见的倾向几乎总是很明显，所以分析人员会很小心地处理数据。

在回答者之间，种族、收入、文化水平、社会阶层或者是宗教上的相似之处通常会减少偏见的发生，因为回答者通常不会按照他所认为是外人的人的期待作出回答；采访者也不太会持有可能会扭曲谈话和记录的错误期待。这种受到广泛支持的观点的基础是双方故意或者是无意歪曲事实的动机的减少。同样的基础也激发了人们对过高相似性的警惕，因为在这里，我们可能会认为双方的相互作用构成了一个无意识的阴谋。这种现象在一次对低收入母亲的调查中有事实的证明。在这次调查中，相似性是和有关选举、享受福利待遇和儿童学校的建设等问题的回答被扭曲相联系的。^⑤但是，我们不需要太多的洞察力就会明白，同类人可能会激起相互间的同情或者是对同情的期待。

除了恰当的语言能力之外，采访者应该是那些既和回答者有差异，而他的社会差异又不足以让回答者觉得很别扭的那类人。很明显这类规定只有在对面对面采访中才显示其全部的意义。但是，就算是电话采访也对采访者的声音和音调变化有所要求，不管以接线员的标准来看这个采访员是多么的合适，采访员不能引起回答者奋起抗争；而且不管回答者有什么样的声音，采访员也不能做出太多的推断和假设。这些规定的目的就是要减少回答者被误导和被误解的可能性。

采访技巧

采访一般分成4个阶段：介绍、询问、探究和详述、结束。结束语应该让回答者心情平和。而中间的两个阶段就是采访的主体所在。

在介绍阶段，应该简要地介绍采访的目的和采访的赞助商。通常只用一句话说出赞助商的名称和采访的话题，而且一般会紧接着向回答者保证会对采访进行匿名处理。短短几句话，目的实

际上就是要求回答者接受采访，因此采访员应该强调这项活动的事务性的、无害的特点，以及回答者的参与的重要性。在邮寄采访中，由于我们不能和被采访者进行对话，我们可能倾向于把介绍写得很长。但是这种倾向应该受到抑制，因为介绍太长可能使被采访者在读到问卷正文部分之前就把问卷扔掉了。在电话采访中，通常一句话就够了；

这是国家消费者调查机构，我们希望就您最近的消费状况问您六个问题。

就算在面对面的采访中，介绍阶段也应该是很简要的。就像下面的对话。这是由一个国家民意调查机构提供的：

您好，我是（采访者的名字）。我是国家民意测验研究中心的工作人员。我现在在这个地区进行一次调查，希望能够听一听您对这个社区的一些意见。

电话和面对面的采访员应该对回答一些问题和消除一些担忧做好准备。但是不论在任何情况下，都不应该进行事先的交谈，因为这样会延误采访完成的时间。对于调查进行一般性的交谈也可能引起回答者从来没有想过的反对或者疑惑。结论一般是对问题给出某种解答，表示感谢，然后再很有礼貌地结束采访。如果可以的话，我们不应该让回答者对接受采访感到懊恼。在邮寄采访中，结论就是重申寄回问卷的重要性，并且给出寄回邮件的相应说明。

询问、探究和请求回答者对所问的问题进行详细叙述这个过程是同时进行的。对于面对面的采访来说，由于本质上这种采访使得人与人的交往很直接，而且一般来说也更加详细，对于采访者的要求也相对更加高一些。在询问的时候，采访者必须紧跟问

卷和事先准备好的大纲的内容行事。在探究和请求回答者详细叙述的时候，对采访者的要求最高。应该遵从一些说教，这是很明显的：建立友好关系、避免冲突、清楚的交流、表示兴趣、忽视性暗示。除此之外，所获得的信息的质量完全就在于采访者有没有能力阻止回答者跑题。采访者应该密切注意是否有误解产生，并且在必要的时候把回答者拉回问题本身，而且还应该重新对问题进行表达，使回答者针对我们所关心的问题回答。在随后的问题是根据上一个回答决定的时候，这种精确变得尤其重要（比如说，如果回答是“是的”，接着问第二个问题；如果回答是“不是”，接着问第三个问题）。很明显，在这种情况下，如果第一个问题的回答有误，那么我们得到的数据很可能就没有多大用处。最常见的技巧是承认或者是假装迷惑。

让我重复一下这个提问，看看我是否说对了。

我觉得我明白了。你能重新说一次吗？

除了注意非相关谈话和误解以外，采访者也需要鼓励回答者表达意见。这里有很多中性的，但是在对话中很有煽动意味的说法：

嗯，继续。

这很有趣。

好的，您能够说得更详细一些吗？

我知道了，让我问问您其他的问题。

电话和面对面的采访和新闻记者的采访技术都有相同的特点。但是，相对来说采访者的目的很少是和新闻记者的目的的一样。新闻记者试图通过各种途径，准确而有趣的建构他们的故事。他们肯定也偶尔找出有相互敌对态度的人，引用他们对同一

件事情的看法，但是他们的目的是这里一点那里一点地拼凑出一个故事。调查研究试图从每个人那里获得有关同一件事情的信息。对于新闻记者来说，如果他不对采访所得到的暗示进行追问的话，就不是一个有能力和有想象力的人。而调查研究人员如果偏离了调查目的，那么他就是个没有责任心的人。调查研究人员偶然希望逐字记录辛辣的或者是尖锐的评论，新闻记者通过引用这样的评论而获得生动的效果。从采访创造性这一点来说，新闻是浓汁浓味的菜肴，而调查研究仅仅是快餐。

减少不回答的发生

不回答有两种，即对问卷没有反应和对采访没有反应。前一种指的是进入了采样样本的被试不合作，后一种指的是被采访者对提问没有反应。这两种情况都由于冲淡了回答的代表性而损害了调查的有效性。

这里主要有四种减少不回答的办法。它们是协助、鼓励、战略搜寻和给与再次机会。协助指的是尽量使参与变得简单。最明显的例子就是在邮寄问卷调查表时附上已贴好邮资写好看回地址的信封。潜在的原则是很多的：是为了避免回答者认为工作量大而放弃合作；为了同一个目的，邮寄问卷和电话采访的简介都要简洁。鼓励可以是恳求，也可以是说服。采访者不能够一听到“不”就放弃简单的说服工作。不管是针对某个问题还是针对采访本身，采访者都应该力图争取到被采访者的合作。很多时候，采取向私人求助的方法是很重要的：

这将对您有很大的帮助。只占用您 15 分钟。

我希望你能帮助我。我会很高兴告诉您有关调查的所有情况。

同时我们要强调调查的重要性和个人参与的重要性：

我们希望能够确切反映这个社会。我很需要听听您的意见。

在很多调查中，调查人员带着证件，以证明他们的合法身份。他们一有需要就会出示它们。采访者也许还需要重新强调和保证回答的不记姓名。虽然任何愿意留下姓名的人都可以留下他们的姓名，在技术上我们避免了姓名因素，这使匿名成为可能，另外，更为重要的因素是那些即使有获得回答者姓名机会的人也没有动机和兴趣违反匿名原则。

战略搜寻就是指在可能的时间段来找回答者。需要男性回答者的电话采访不应该安排在白天；家庭主妇可能会呆在家里，但是职业妇女通常可能不在家。在周末的夜晚，呆在家里的年轻人可能不多。从东海岸向西海岸打电话，由于时区差异，时间应该安排在晚上9点到清晨1点之间。面对面的采访同样应该安排在回答者可能出现的时间段里。

给与再次机会指的是给那些没能接受采访的人和那些闪烁其辞的人第二次机会。在邮寄问卷中，这将会导致邮寄提醒信或者是寄去第二份问卷。在电话采访和面对面的采访中，这将会涉及第二次和第三次电话或者是面对面的采访。

当一个人不在的时候，一般都会给予另一次电话或者是登门采访的机会。当一个回答者不合作，但是还没有断然拒绝的时候，也许可以换一个时间进行采访。

如果现在不方便，我是不是可以在明天您觉得合适的时间给您打电话？

我可不可以明天再来采访？告诉我您觉得合适的时间好了。

对于没能接受采访的人，重复努力的最佳次数是三次。两次以下的尝试可能会不必要地遗漏我们已经选好的回答者；三次以上，则会使完成采访的时间变得遥遥无期。

通常解决不回答的办法是用有着类似特点的人来代替。这是一种不完美的方法，但却是通常情况下惟一可行的办法。原因很简单：对于那些因为多种原因拒绝合作或者是没能够接受采访的人来说，很可能在某些方面和心甘情愿的合作者有重要的差异。这种限制不仅是对于采访，而且还存在于所有不回答的情况，一个回答者如果对于某个特殊的问题感到紧张，他很可能在那个方面是非典型的代表。

设计问题和问卷

设计问题和问卷是一种发展完备的技艺。产品可能是单页的多向选择也可能是一份厚厚的文件，其中的条目、页码或者是部分都是为了问卷变得更加细致而设计的。

构思问题

为了达到提问的作用，问题提得是否恰当是很重要的。如果提问的目的是为了引起人们对这个问题进行零乱的叙述，那么一个模糊的提问是会令人满意的。可是，让人们进行零乱的叙述通常不是我们的目的。所以我们所提的问题必须经过仔细地斟酌，不仅如此，我们还需要对他们进行预先测试来确保他们可以达到我们需要达到的目标。

对于大多数问题来说，如果它们违反了两条规则，这些问题的目的就可能达不到。第一条规则是，我们只使用那些不需要任何附加解释的术语和提法。第二条规则是，在每个问题中我们只问一个问题。由于这两个规则经常被破坏，我们不得不认为这两个规则并不像表面上看上去那么简单。

我们使用的语言一定要直接、简明，而且这种语言对于所针对的人群来说，必须是可以理解的。我们可以推测一个没有受过研究生教育的人会如何理解这个问题：

政治上的欺骗行为发生变化是很平常的。你是否认为这种事情仍然在不断发生？

或者是：

您是否相信在预测未来行为时，对美国人口的可能性采样会产生有效结果？

我们的提问一定要让其所针对的人群感到可以理解。儿童玩具的电视商业广告很好地说明了这一点。当人们询问儿童对电视广告中信息的理解情况时，人们发现通常使用的说法“需要装配”对于儿童来说，远远不如直截了当的“你需要把它们拼起来”更容易理解。^①广告商，就像研究人员一样明白“需要装配”的意思，但是对于这则信息的针对受众来说，情况完全不一样。玩具制造商也许会追求含糊不明，而研究人员则回避它。

在最后举出的例句中，第二条规则也受到了破坏。因为它含有两重问题：它到底问的是可能性样本的代表性呢，还是采样预测将来行为的能力？我们不知道，也许我们应该问问调查人员。我们所知道的是，我们获得的回答可能会针对其中任何一种解释或者两种都有。无论如何，回答都将是模糊不清的。

提问以及它们的回答到底应该是开放式的，还是封闭式，这个问题应该由具体情况来决定。“封闭式”这个术语只是意味着可选择的答案是特定而有限的。一个寻求开放答案的开放性提问是：

您觉得目前我们国家面临的最大问题是什么？

一个开放式的提问可以允许有某些特定的选择：

当大多数人考虑目前我们国家面临的最大问题的时候，他们往往是提出一个最为重要的问题，那么您是否认为有这样一个最为重要的问题呢？

——是的 ——不是的

一个封闭的问题可以有开放性的回答：

很多人认为犯罪是目前城市中最重要的问题。您能够想出最近这个城市中的官员们所提出的任何减少犯罪的举措吗？

也许最为常见的情况是提一些可以对回答有所限制的封闭式问题。有着这样结构的问题使得记录以及对回答进行列表都变得十分简单。

您觉得目前城市中犯罪问题的严重程度有多高？

——十分严重

——有些严重

——根本不严重

——没有意见

细心的读者会立即发现，最后的这个例子在提供选择的时候犯了很严重的问题。除非我们对公众的情绪了解是错误的。一般来说，几乎所有的人都会认为城市犯罪是“十分严重”，或者是“有些严重”的。很少有人会选择“根本不严重”。结果，我们在

反映人们对城市犯罪这个问题的关心程度的时候，我们不能很好地区别不同人群之间的区别。如果是这样，那么我们所能做的只是得出最粗糙的估计。

组织问卷

组合好提问和回答可以使时间和金钱上的花费较为经济，而且同时还可以使提问包含相对更大范围的问题和题目。因为这些优势，它们被广泛运用。但是，这不是惟一的解决办法。其他类型的问题在某些方面会更有利，因为组合性提问和回答有它们自己的缺点和危险。

但在提问和回答都是开放式的时候，回答者可以给出任何含糊的相关意见。这样的问题可以帮助建立一种和谐的氛围，这可以使回答者对我们的大体提问范围有一个了解，便于我们在后面的提问中给予更具体的关注。允许开放式的回答的封闭式提问可以把采访导入一个特定的话题。像一个开放的问题下附加一个结构性多项选择也可以使采访有个焦点。而且还可以允许采访者基于所获得的回答而对被采访者的答案进行细分。在这个例子中，那些知道打击城市犯罪的措施的人将会回答出这些措施都是些什么，而且他们是通过何种途径了解到这些措施的；对于那些不知道打击城市犯罪的措施的人将会回答他们自己认为合适的措施都会是些什么。相反的，没有结构的问题可能会结束一个话题：

以上是我针对最重要的问题所要问的全部问题。您是否想要补充什么评论？

正像这些例子所表明的，问卷——不管是用来邮寄的问卷、电话问卷、还是面对面采访——典型的问卷都会通过提问引导回答者回答一系列问题，从普遍问题逐渐过渡到具体问题。通常，提问都是从最普遍的问题开始，然后逐渐聚焦，提出些具体的问

题，最后在提出一个新的话题以前通过一个最后的、普遍性问题来结束这个话题。

我们常常使用一组一组的问题来测量一种态度或者是一种行为。单个问题也许会太简单化，覆盖面太小，或者只能给出太粗糙的衡量。设定（问题的）比例和指数的主要要求是，应该使所有的条目测量的都是同一件事情。这是一个实证的问题，这个问题只有通过分析人们对我们问卷中的条目的回答才能给出最后解答。幸运的是，在社会科学的文献中有很多这样的比例和指数，它们都通过了人们的详细审查。它们覆盖了很多的话题——仅仅举几个例子来说，关于自由主义和保守主义、对社区服务的使用、社会地位、消费者的乐观心态等等。聪明的调查者会在自己进行设计之前好好地看看过去的文献宝藏。^⑤

当我们事先知道人们的大致选择会有哪些之后，我们设计的组合性问题一般会仅限在几个话题之中。对这种结构最适合的情况是回答者的选择在“根本不这样认为”（或者是“根本没有”）和“完全是这样”（或者是“全部都是”）以及在这两个极端之间的各种其他选择的都有分布。这同样也适合于那些物理特性有限的情况，比如说年收入或者是住房的大小。对于那些在数量上、含糊性上或者是复杂性上不适合用其他选择分类的话题，这种提问方式相对就不那么合适了。很明显，我们可以把乐器分为弦乐器、木管乐器和铜管乐器，但是我们必须准备好如何对一把乌得（oud）琴进行归类。

组合性的问题还可能有歪曲公众意见的危险。在问卷中给出的候选项可能使回答者接受他们在其他条件下不会接受的选项。类似地，一个问题的提法可能使得到的回答和人们自己提到同样一个问题时所给的答案有所不同。比如，很少有人会把电视节目和国家问题联系起来。可是，如果我们具体问到电视中的暴力倾向的时候，或者是电视中的商业广告的侵扰，或者是电视节目的质量问题，很多人都会同意那些对于电视业的严厉批评。^⑥如果

我们的问卷中含有“不知道”、“不关心”或者是“没有意见”这些选项，它们将会是很少有人认同的选项，因为这种选项不能区分对于回答者来说占有优先地位的问题和那些在他们有所关注时认为应该得到重视的问题。第二种情况虽然不一定就是不重要的，但肯定是处于次要地位的。最简单的解决办法，就是同时使用结构性的和非结构性问题，把被采访者们自己给出的回答和那些由于受到提问引导而得出的回答进行对比。对于同样类型的问题，要限制对不同时间和不同人口的比较。其他的办法还有使每个综合性问题都紧跟着一个分级式问题，这个分级式的问题和前一个综合性问题的重要性或者与这个问题的显著性有关。

事先检验

事先检验是一个令人讨厌的术语。它衍生于这种概念——即真正的检验是实际上的操作，所以一项试验或者是临时操作只能是“事先检验”。可是，这种错误的用法在社会科学的术语中间已经根深蒂固了。尽管这样，我们绝对不能认为这项工作是可以掉以轻心的。

以前没有试过的问卷，应该通过实验来减少可能存在的含糊不清和错误。很明显，一份完全是重复过去试验的问卷可以省略这一步。

更为常见的情况使事先检验问卷成为一种必须的步骤。经验，或者是在其他的人群中所获得的成功完全不能保证目前测试的成功和有效性。例如，好几个哈佛研究人员近来对那些有明显种族特征的样本进行了问卷调查，询问他们观看电视的情况。虽然问卷在黑人和白人中曾经进行过广泛的事先检验，却没有能够获得波多黎各人的合作。在这里，尽管英文被准确地翻译成为西班牙文，尽管使用了很有亲和力的采访者，这些都没有克服在习惯用语中的差异以及对于同样一个话题不同的思维方式的差异。^①

调查员应该对意思和语法、清晰程序、时间的流逝和展示顺序的效应都保持足够警惕。通常，人们都认为应该从没有任何威胁的话题开始，然后再导入一个不那么让人舒服的话题会比较合适，同时还应该注意提问的顺序应从简单到复杂。我们最终的关心都是要得到测试的可靠性和有效性。可靠性当然是和回答的前后一致性有关，不管在时间、地方，还是采访员上有什么变化。有效性指的是测试的目的在测试的结果中有真实的反映。这些概念在本书其他章节中有更为具体的叙述。可靠性和有效性都不能由于采取了事先检验而变得毫无问题。但是，通过事先检验，可靠性和有效性都可以得到加强。

对回答者进行采样

调查的结论和样本的性质有很大关系。没有任何缺憾的可能性样本，使采样对其所代表的人群给出某种描述成为可能，这种描述带有特定的误差区间，这个误差区间可能对于组成这个人群的各个部分来说是不够适当的。非概率样本不支持这样的描述。可喜的是，它们有它们的重要作用，因为这常常是我们能够获得的所有东西。使用一种不符合研究目的的样本不仅会错误的代表它所具有的信息，而且会使人发现调查员原来是个十分天真幼稚的人。

概率样本和非概率样本

普查是对有待考察的某种人群的全部个体都列上表。概率样本就由在这种人群中有同等的机会进入采样的那部分人组成。成为样本机会的等同性使得这种样本有很强的代表性。非概率样本仅仅是那找来进行详细研究的一群人，有时候我们把它们叫做“机会”或者“方便”样本，这种样本的有用程度主要由选择这种样本时的明智程度决定。

概率样本有两个优点。它的代表性排除了偏见，而且由于所有的样本都有同等的机会进入采样，这使得人们可以很精确的计算可能存在的错误。它最主要的缺点是它通常只能够包含太少各种具有特定利益的集团成员，这仅仅是因为在它们所代表的人群中它们这种具有特定利益的成员所具有的代表性不足的缘故。例如，全国的概率样本将无法避免的包含太少的少数民族的代表，或者是某种行业的代表，或者是巨富和赤贫的代表，或者是相对众多的各种宗教团体的代表，对于他们只能进行最粗略的分析。它们的出现与它们作为全国人口的一部分而出现相一致，它们当然具有“代表性”，但是这些少量的代表代表该小团体的各种特性的能力很有限。例如，一次全国代表性样本为 1200 的调查，这是足够预测总统大选选举情况的数量。在这个样本中，只包含 120 个黑人，而且对那些社会地位比较高的黑人和白人的比较就靠这个有限的 120 个黑人中间的符合相对标准的黑人样本来实现。但我们试图在人种变量和社会经济地位变量以外再加上第三个变量的时候，例如政党派别，很明显符合要求的黑人样本的数量小得几乎没有了，更不用说要这种极少量样本代表社会中有这些特征的黑人的实际情况了。

这个问题的解决办法就是针对这样的团体，设计出更高的可能选入的机会，而且调整统计数字，以便使这种“过多的采样”不会对整个调查结果产生影响，不会影响整个社会人群的数量值的估计。这样努力的结果就是分层随机采样。以后我们将会对此进行进一步的讨论。统计上的调整会对各种亚人群的回答进行加权平均，这就会使得他们在总人群中具有合适的代表性。例如，当我们希望深入比较国内的黑人和白人团体的时候，我们可能会过多地选择黑人团体进行采样，使黑人的样本数量和白人的样本数量一样多；对于这两个团体中间一些更小的团体我们可能还会采用不同的采样率，这样可以产生黑人和白人的相同大小的样本，这种样本分为高社会经济地位、中等社会经济地位和很低

的社会经济地位二种。但是当我们综合这种样本的时候，我们将希望对于这些次人群的回答进行加权平均，使得他们符合他们在全国范围内的人群构成比例。非概率样本的好处是方便而且花费也不大。每逢不能使用概率样本的时候，我们就采用它。但是，我们必须进行相当重要的限制。只要我们努力使非概率样本避免偏见，它就可以是很有用的。避免偏见主要是靠选择的代表性，而且有时候还应该运用可能性的技术。

假设我们对媒介习惯和黑人与白人高中学生的政治态度之间的关系感兴趣，而且我们无法承受全国的概率样本的费用，我们为避免偏见起见，我们可能不会找到一个学生就进行采访，把他纳入我们的采样中。我们更可能采取的行动是，基于学校所在社区的大致特点，选择一些在社会经济方面大致相当的可能会使我们获得相当黑人和白人样本的学校。在这样的学校中，我们可以通过采取全校普查的方式来避免偏见，或者是通过进行概率采样的办法也行。这样我们就可以讨论在这些学样中的媒介习惯和政治态度之间的关系了。

但是，我们所关心的是黑人和白人的重要相同点和不同点。我们显然不能直接推断我们的结果就是全国高中学生的这个总群体的代表。我们所能够做到的就是在可以理解的范围内，指出在全国范围内这两者的关系和我们的研究得出模式有相似之处。“两者的关系”是指变量和样本之间的关系和样本之间的差异的情况。我们使用“模式”这个词，则强调的是这些关系的指向——大一些或者小一些，积极一些或者消极一些，而不是任何一个变量的准确样本的标准。

如果我们发现在黑人中间的高分数是和他们对受教育的看法更为积极相关，而对于白人学生来说不是这样；我们就可以认为黑人和白人学生在这一点上有很大的区别（为什么会产生这样的情况，我们留给读者自己来思考）。但是我们不会认为一部分的黑人学生或者是白人学生的某些特定看法可以代表整个国家所有

高中学生的想法。非概率的样本使我们可以带着很多的胆怯，冒险认为这些模式是典型的。这样做的能力就是在我们选择非概率样本的时候避免偏见的作用。

这种基于非概率样本的尝试性推论构成了我们对所感兴趣的更大的群体的假设，但是却并没有为我们提供印证这种假设的实验。我们对这种假设的信心会随着更多的证明的出现而增多或者减少。通常，这种证明会随着更多其他非概率样本的出现而逐渐增加。更少的情况是，一个新的可能性样本会给出直接的论证。就像这些情况表明的，概率样本和非概率样本得出的结论的地位是大相径庭的。概率样本为人们提供的是可以肯定的结论，这种结论至少对于调查当时情况是完全正确的，而非概率样本不可能为人们提供同样的信心，把非概率样本的结论推广到整个群体中，即使只是一种模式，即使只是针对调查当时的情况，也是相当危险的。在将来的非概率样本结论出现不同结果的时候，我们很难说这种不同代表的是变化还是只是体现了最初的非概率样本调查的特异性。

非概率样本的哲学理由是基于在人类属性中有规律性这个假设。这样，我们支持这种认为在各个社会经济层或者是各个种族之间的区别，对于更为广泛的人群来说都是有效的观点，虽然我们显然不愿意把我们得到的测试值作为对一个更大的群体仍然有效的确切值。如果我们否定这个可能的假设，我们就不得不完全依靠概率样本或者是普查了。

概率样本设计

任何基于平等被选机会原则，选出来的最初的 10 个、15 个或者是 40 个样本，对于一个含有 1000 个样本的样本量，这就好比抽彩一样。可是，真正的可行性样本很少是可行的。简单的随机样本为我们提供了标准但是却不是 一种永远有效的效仿模式。我们只要明白其他的设计都是有缺陷的，我们就可以把他们当作

概率样本。

使用概率样本的目的是为了精确代表更大的人群。很明显，随机抽选创造了这样的境况。真正的随机抽样通常是无法做到的，因为在通常情况下我们都得不到一份由所调查群体成员所组成的名单。其他的设计就试图在这方面有所补偿。

系统随机样本使用的是所有可能获得的名单，比如说电话簿、登记表或者是档案。每 n 个条目，比如说每到第 10 个条目，或者是到第 15 个，或者是第 40 个条目，就把它们选出来，这样随机选择选出最初的 10 个、15 个或者是 40 个名字。举一个例子来说，对于一个样本数量为 1000 个调查，我们就是从有 27000 名字的列表中，随机地选出每次的第 27 条条目。就算列表覆盖了更为广泛的人群，这样的选择比单独抽选姓名更有效率。但是在技术上，我们得到的不是完美的可能性样本，因为后面抽出来的条目是由前面抽出来的条目所决定的（我们是在剩余的条目中抽选）。所以一旦我们开始随机抽取样本，并不是所有样本都有得以入选的平等机会。在这种情况下，我们所得到的，是在可能的样本中的相对不同的平等人选机会。更为严重的是，在很多的情况下，我们得到的花名册不可能完全代表我们所要考察的这个更为广泛的人群。所以，我们并不使用电话簿来对可能的选举人进行抽样，而是对那些有电话的选举人进行抽样。我们可以排除那些进入我们选择的无关的人员——年龄太小的、外国居民——但是我们不可能加上那些在花名册中间没有出现的人的名字。

但是，随机数字拨号消除了由于电话簿中的缺漏而造成的电话样本的缺陷，这种缺漏可能是由于电话主人没有申报造成的，也可能是因为新装机用户还没有来得及使自己的电话列入表内造成的。随机数字拨号技术最初就是在纯粹对电话号码进行随机抽样的基础上发展起来的。当然，如果所有的七位数字的组合都可以成为采样的话，那么很大一部分都会是事实上不存在的空电话

号码。因为我们在任何一个地方都只使用很少一部分三个数字的交换机号码。所以最前面的三个数字只能限定在当地使用的电话号码的范围之内。而后面四位数字就可以通过随机抽样的结果来确定最后选出的电话号码。由于最后的四个数字的组合完全是随机抽样选出来的，通常是使用一个带有随机数字发生器的计算机，所有的电话号码都有平等被选中的机会。当然，有些在这种情况下得出来的随机数字在实际生活中并没有人使用。这就意味着在一定程度上会产生采访人员的浪费。但是至少在实际生活中使用的所有的电话号码都拥有平等的被选择的机会。当我们需要对家庭进行采样的时候，在一些情况下我们就要排除那些企事业单位使用的电话，因为有一些电话交换机号码是某些企事业单位专用的。不仅如此，在一个拥有很多电话交换机的城市中，为每台交换机随机选出来的电话号码的数量可以和这些交换机在整个城市中的电话数量成为正比（或者是和使用这台交换机的住宅的列表数量成为正比）。随着近年来人们越来越多的使用电话采访，随机数字拨号常常成功地为调查人员提供了纯粹随机抽样样本，除了其他的原因以外，成本的降低和在大部分的地区电话使用率的增高是最为可能的两个原因。

随机数字拨号采样程序越来越成为问卷调查的一种自动程序。很明显，对计算机终端的使用，使得进行电话采访的人员可以寻求预料中的回答——是的、不是；多项选择，或者是和预先选出来答案相符合的那些种类的回答。把回答直接输入数据库，这样就避免了手写记录和随后在把其输入计算机内存这一步。这种系统逐渐变得更为自动化；而且，对于采访人员来说，当他们所要问的问题直接展现在和计算机终端相连的电视屏幕上的时候，一切变得更为简单了。选择问题的这种责任，本来是以过去的回答为依据的——比如说，向业主而不是向租户或者是公寓主人询问关于不同的事物的看法——在这种情况下，这种选择问题的责任就从可能犯错的人转移到了不会犯错而且还是永远不会疲

倦的机器身上。随机数字拨号由于是由计算机自动生成样本，而且在实际上负责自动拨号，大大的推动了这种自动化进程。在这样的系统中，采访人员只有在需要说话的时候才开口，而且只是遵从计算机的规定，与此同时，计算机选择需要拨号的号码并且自动进行拨号。

多步骤领域概率样本在没有名册的时候发生效用。我们可以首先选出调查哪个州，然后选出这个州中的城镇，然后是更小的地区，然后是居民区，最后是一家一家的住户。在一家住户中，我们选出要采访的个人。如果我们的目标是对个人进行采样的时候，那么人选的州、城镇、更小的地区会随着它们的人口数量而变化。人口数量越多，人选的机会就会越大一些。通常人们所做的是对总数进行记录，列一个待选单位的总表，然后选出第 n 个人，这和我们花名册的操作是一样的。所以，一个对拥有 800 万人口的州选出的 1000 个样本就意味着选出每个成为第 8000 那些个人。那么我们会包含所有人口是 8000 或者超过 8000 的那些城镇至少一次，而那些人口不足 8000 的也许就会被忽略。在选出来的地理范围中再使用随机的办法选出具体的家庭。有的时候，来开门的家庭成员将被采访；在有些情况下，设计会基于年龄、性别、或者是职业，对采访对象给出一个优先次序来；在另一些情况下，设计会要求如果一个住户符合某些特定的条件，他/她就应该成为采访对象，在这种情况下，复查是有必要的。

对于多步骤样本的建构，在最后的步骤中对家庭的选择可以是纯粹的随机选择，或者是对本地区家庭系统化的随机采样。但是，由于这两种做法中的任何一种做法都会得出一种非常分散的采访任务模式，很多的研究人员在每个地区随机选出少量样本，然后再对那个地区的样本进行系统组群。例如，在一个由 20 个采访组成的统计段中，只有五个实际地点是随机选出的，然后设计出某种程序在这五个地点中间，各找出四个采访点来。这种程

序通常就是某些使用一开始选出的地点作为选择采访群的起点，然后通过系统的采样技术选择采访群。支持组群采样的最基本论点就是它的高效率和相对较低的采访费用。组群采样的主要缺点就是采访对象的相对同质性，也就是说，采访对象对于采访问题所做出的回答不会有太大的多样性，所以我们容易低估采样的样本错误大小。

目前，我们所谈到的只是有关从一个普遍的人群中对人员（或者是对其他的单位）进行采样。但是在某些情况下，研究人员对于某种或者是某些特殊的人群有某种特定兴趣。现在对普遍人群的随机采样当然会包括所有的次人群，但是这些次人群的代表性可能就会出现采样错误。研究人员可以通过对人群进行分层处理来确定从每个特定的次人群中找出适当数量的人进行研究。也就是说，这个人群被分成的好几个恰当的次人群（分层），然后从每个次人群中使用随机抽样来最后选出样本。例如，对于大学生们的交流方式的研究可能以年级把大学生分成不同的次人群（层次）。在这样的设计中，分层变量不存在采样错误，因为学生的年级是事实。这使得我们可以在研究中加强对其他变量的控制，而这些变量之间的关系可能和年级这个变量有很大关系。很明显，人们不会随便使用分层变量。不论是选择哪种分层变量作为此时的采样策略都是以它理论或者实际上的原因为基础的。但是，当我们同时使用分层和随机采样的时候，我们就可以确信我们对于分层变量和对其他变量引起变化的可能性选择有着完全的控制。

配额采样是为了保证和控制选出的被采访者属于哪些适宜采访目的的类型的人而采取的一种步骤。有了这种技术，我们可以对将要采访的人的类型在人数上进行配额限制。让我们继续以刚才我们所提到的校园研究来作为一个例子，我们可以以将要接受采访的一年级的男生或者是二年级女生为标准来对配额进行分配。在每种配额中的采访次数可以直接和这样的人在校园中的比

例成正比。最为基本的配额采样概念就是在整个人群中对采访的数量进行相对的平衡。但是这种技术的要求是很特殊的，它可能会含有非常严重的方法论上的缺陷。

第一，最为基本的问题是什么样的变量可以用来对配额进行限制。对于校园研究来说，班级和性别是很明显的，但是居住类型或者是研究的主要领域呢？在绝大多数情况下，没有任何清楚的理论来指导如何选择那些用来确定配额的变量。而且即使是在那些非常情况下，就算是有一种理论，可以让我们在这种理论的基础上对被采访者的配额进行分配，这仍然不能保证到底谁被选上成为采访对象。采访者常常是用最容易获得的人员来填充配额，这样就引入了一种很严重的偏见，这使得最后的结果可能毫无代表性。

采样的目的就是基于对少数人的调查来推测多数人的行为和意见，但是这只是基于这种对少数人的调查是有代表性的基础上。可能性样本保证了被采访人的代表性。非概率的样本在一定程度上有用，因为它们可以用来测试相互关系。扭曲代表性的因素会削弱调查结果的意义，在某些时候，则会使得调查完全没有任何意义。在这里有一个奇怪的悖论。预测对于某种人群使用的参数的这种相对的简单的工作要求更为复杂的可能性样本。但是，当我们对某种人群中的相互关系进行研究时，这种复杂的工作可能会在某些情况下使用简单的非概率样本。

样本误差

概率样本的主要的优势就是它使我们可以对任何测量的错误进行准确的叙述。很明显，很少的样本可以正好匹配它们选出来代表的那个人群。概率样本就可以说明这种偶然的不同的衡量尺度。

样本误差就是用来估计样本所得的结果之外的（高于或者低于所得结果的）数据，可能在统计符合我们所研究的特定人群特

征。例如，一个 40% 的样本统计，可能存在可信率在 0.95 的 7% 的样本误差。简单的说就是，在一百次中的 95 次情况下，某特定人群的数字都会在 33% 到 47% 之间。我们使用包括整个人群的可能性区间就叫做置信区间。正像第 4 章指出的那样，置信区间就是如果对相同采样大小的样本进行重复采样而产生的估计离差函数，这种估计离差还包括从采样结果所推测出的未被采样的样本离差。利用估计离差为 50%，我们可以对各种大小的样本通过事先简单的计算，而得出百分比。我们假设估计离差为 50%，是因为在样本群中 50—50 对半分可以得出最宽的置信区间。在最差的情况下，在得到确切计算数据之前，我们可以保守地夸大样本误差。还是像第 4 章清楚指出的那样，在一般的情况下人群大小是无关的，只有在某些非常特殊情况下，样本大小实际上和这个待研究的人群的大小差不多大的时候，在这种非常特殊的情况下，人群大小的确会影响样本误差，但是在一般情况下，当人群大小上万或者十万，而样本数量才上百（或者几百）的时候，待考察人群小一点只会非常有限地减少样本误差。

确认样本

有三种确认样本的方法：普查、内部验证、外部验证。确认的目的是要保证样本能够代表需要调查的人群。确认样本就是调查人员为证实所获得资料的可信度而提供的证据，这种可信度是超过样本设计的可能性的。

普查验证涉及把普查得到的特征数据和样本特征数据相匹配。例如，一种样本的种族分布和社会经济分布可以和目前公布的美国人口普查结果中的种族分布和社会经济分布相比较，因为这种样本是从美国的总人口中抽选出来的。如果样本和普查的分布相近，这就表示样本是有代表性的。但是，对于非可能性样本来说，如果这些特征分布和美国人口普查的特征分布相符，这并不能表示这种样本就和可能性样本具有相同的地位。

内部验证指的是使用样本误差。当我们计算样本误差的时候，我们是在确定我们样本的准确性。也就是说，我们将要预测我们的样本结果和人群数据是相当的。这样的验证不能够使用在非概率样本上，即使它们已经通过了普查验证。一种特别的而且有时是令人感到迷惑的普查验证是使样本中的相互关系和过去已有的普遍受到承认的标准相匹配。例如，政治上的自由主义都有些“公认的”态度相关因素和人口组成相关因素。这种“公认”关系的出现加强了人们对于样本代表性的信心。而如果没有这种关系将会考验我们的信心。如果没有这种关系，我们的迷惑将在于，是把这种结论归结为样本的异常——也就是说是这种样本的异常正好代表了这种非典型性的人群，还是说归结于这些人们熟知的关系已经发生了变化。

样本的代表性和对采样过程中力求减少偏见的要求，或者支持我们使用内部验证，或者支持我们使用外部验证，我们还不能够很快得出结论。因为那些用于计算样本误差的基本原则不能够保证我们不会出错，有的时候即使是概率样本也会和它所需要代表的人群有很大出入。

结 论

本章我们是以强调样本调查的节俭性开始的。我们在结束的时候提醒大家注意由于这种节俭性而带来的一个概念——代表性。狭义的代表性就是指样本代表所需要代表的人群的准确程度。但是，在调查研究中，为获得代表性而付出的努力实际上对调查研究的所有方面都打上了印记——选择收集资料的方式、设计问题和问卷、培训采访人员、减少不回答的情况以及采访技巧本身。在对有代表性的样本进行采访时，如果他们的意见和行为在我们的记录中被歪曲，我们就不可能获得我们所需要的资料；而如果我们测量的并不代表这个有代表性的样本特点和信念时，

这个样本也不能对我们有太大用处。真实地代表公众所想、所为和所信奉的事物是调查研究赖以存在的理由，也是以这些调查程序作为手段的目的。所以，代表性就是我们用来不断判断这些程序是否成功的标准。

(曾琳佳译，关世杰校，译自：G. H. Stempel & B. H. Westley (Eds.), *Research Methods in Mass Communication*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 第九章)。

注释：

① William R. Klecka and Alfred J. Tuchfarber, "Random Digit Dialing: A Comparison to Personal Surveys" *Public Opinion Quarterly*, 42: 105 - 14 (Spring 1978).

② Charles F. Cannell and Robert L. Kahn, "Interviewing", in Gardner Lindzey and Elliot Aronson, eds., *Handbook of Social Psychology*, vol. II (Reading, Mass.: Addison - Wesley Publishing Co., 1968); Carol H. Weiss, Laurie J. Bauman, and Theresa F. Rogers, *Respondent Interviewer Interaction in the Research Interview: Abstracts* (Springfield, Va.: National Technical Information Service, 1971).

③ Carol H. Weiss, "Validity of Welfare Mothers Interview Responses." *Public Opinion Quarterly* 32, 622 - 633 (Winter 1968 - 1969).

④ Diane E. Isebert and others, "Effects of Television Commercial Disclaimers on the Product Expectation of Children," *Journal of Communication*, 27: 118 - 124 (Winter 1977).

⑤ One of the best sources for capitalizing upon past research experience is John P. Robinson, J. G. Rusk, and K. B. Head, *Measures of Political Attitudes* (Ann Arbor: University of Michigan, Survey Research Center, Institute for Social Research, 1968).

⑥ George Comstock and others. *Television and Human Behavior* (New York: Columbia University Press, 1978)

⑦ Amee Dorr, "Television and the Socialization of the Minority Child," paper presented at a symposium sponsored by the Center for Afro American Studies, University of California, April, 1978.

● 控制实验

控制实验

布鲁斯·H. 韦斯特利
(Bruce H. Westley)

对于行为科学家来说，控制实验，当它被正确运用的时候，可能是获取研究结果的最有力的方法。对“为什么”这种问题的最简单的答案，就是：控制实验是我们最好的——而且几乎是惟一的——确认因果关系的途径。正像韦弗（Weaver）在第四章中指出的那样，相关关系只在非常特殊的情况下才支持因果关系的推论。韦德（Wade）在第十章中对这些条件进行了详细叙述。

但是，你可能觉得奇怪，在这样传媒受众如此分散，而只有信息的产生集中的领域中，这种方法能有多大效果？但是大众传播问题可以简化成对控制实验的不同要求；而且如果它们不能被如此简化，那么它们可以接受准实验的检验，这种准实验可以在采集数据时利用调查研究。在这一章中，我们将首先讨论控制实验的逻辑和要求，然后再讨论准实验和局部实验。

作为控制实验的一个例子，早期的珀西·坦南鲍姆（Percy Tannenbaum）的实例就可以说明问题了。就像我们在这本书中很多地方看到的那样，除非问题出现，什么事情也不会发生。那么，这里的问题是“即使是在读者阅读过某个故事以后，报纸的标题对于读者理解这一故事是否还有影响？”这个问题事实上产生在一个现实环境中，是在研究人员曾经工作过的某报社的文字

编辑部提出的。在那里，他曾经注意到报纸上刊登出来的和电讯具有相同内容的故事，有着和在电讯中大相径庭的标题，人们这样做的目的是希望使整个故事看上去似乎基于不同的事实。

查找当时还为数不多的有关标题效果的文献，坦南鲍姆只发现三篇文章，而且没有一篇把这个问题讲清楚。其中只有一篇是关于标题的控制实验报告。但是这篇文章没有分析在阅读标题和阅读文章之间的关系。

所以，坦南鲍姆想出了两个假设，主要是基于在新闻报社学到的知识，而不是基于深奥难懂的理论。这两个假设是“1. 同样的故事取不同的标题，效果是不同的——原因是它们给人不同的印象。2. 标题的作用和正文阅读量成反比。”他接着非常聪明地拼接了两张学生报纸的头版故事的不同版本。对于同一个谋杀案的审讯报道，一个标题暗示着有罪，一个标题暗示着清白，而另一个中立。在另外一个有关减少大学课题修习时间的不同方法的文章中，一个版本的标题强调了三种观点中的一种。这两个故事都是虚构的。

不同版本的故事被随机地分发到大学生被试者的手里。研究人员要求他们和平时一样阅读这些刊载在头版的文章。研究人员向他们说明，研究的目的是为了了解大学生的报纸阅读行为习惯。然后，让被试参加一个阅读测试。测试中包含一个关于谋杀案嫌疑犯是否有罪的问题，结果，那些看到的标题暗示为有罪的被试倾向于认为嫌疑犯有罪，那些报纸标题暗示清白的被试则倾向于认为嫌疑犯无罪，而那些中立的标题的读者倾向于给出“没有意见”的答案，正好夹在分别认为有罪和无罪的两种答案中间（虽然如此，“没有意见”仍然是各组中最常见的答案）。在另外一个例子中，虽然结果倾向于和预测结果相同，但是各组之间并没有显著的区别。研究员又进行了另外一个测试，研究阅读量和受到标题影响之间的关系。对于这两个故事来说，两者之间的关系都和预测的一样，而且表现出显著的结果。最后，新闻业内的

这种做法的各种意义都得到详尽论述。^①

虽然很容易挑剔这项调查研究的缺点，这项研究中几乎包含了控制实验的所有因素。在操纵控制之后马上采取步骤（阅读不同版本的头版故事），然后，随机地把“处理”（有不同版本的标题的文章）发到学生的手中。可以说，是标题的不同导致了回答的差异。但是到底是什么使它成为“控制”实验？这里没有“对照实验组”。这些问题将在以后的章节中更为详尽的进行讨论。但是在这里，对照组是统计意义上的：随机地分发“处理”。另外，研究者控制了实验环境。对照组只是一种使研究有足够体系的方法，目的是确定对假设有恰当的和足够的检验。结果是，由关系的预测结果带来的差异（在两个情况中的一个）足以克服不是由关系的预测带来的差异。在这里使用的卡方（chi Square）测试回答了这个问题，虽然我们必须承认有更为有效的达到这一目的的测试。下文中我们将回到“解释差异的”问题的讨论中来。

在这个过程中我们可以顺便注意到，这是一项“之后－惟一”（after-only）的设计。也就是说，在操纵完成之前，我们不采取任何措施，这是和操纵完成后采取的措施进行比较的基础。正像我们将要看到的，“之后－惟一”设计是有问题的。在这里，简短的回答使我们没有任何理由期待，在对可能是事先出好的题目的回答中看到除了随机的变量之外的其他任何东西（在这方面，我们可以看到采用虚构素材的好处）。除此而外，这些问题是只有在操纵后才有意义。如果两件事都是真的，我们没有理由想出“以前－以后”的设计。但是，真正的证据在于这项实验有用。它发现了显著的差异。从这项研究的目的来看，更多的加强是不需要的。假设足以使预期带来的变量克服错误的变量。

坦南鲍姆的实验或多或少的是一次“实验室的”实验。但是我们也采用其他的、经常不是这样严格的实验设计，包括现场实验。粗粗地看，差别在于关注焦点。也就是说，实验室的实验是

在实验人自己的领地里进行的，被试来到实验室中。在现场实验中，实验人走出实验室，来到被试的现场。总地来说，在实验室中试验者拥有的物理控制能力比在现场的时候强。因为这个原因，在实验中统计控制代替了物理控制。

尽管如此，本章的标题提到了“控制”实验。本章标题设想的是，判断任何实验的质量应该是看控制是否足够和恰当，而不是看这种控制是否来自实验室。这种控制的性质特点和程度大小是由待测试的假设和采用的测量尺度决定的。例如，在卢凯西和莫斯（Lukiesh and Moss）^②公布的对铅字格式的一系列测试中，铅字大小、线的长度、为加空铅字提供的间隔，大写、加网印刷、铅字种类等等方面的区别都是很细微的，在这样的情况下，我们不得不尽量控制好其他的变量。例如，让被试单独坐在隔间里面，以保证对光线的绝对控制。

作为一个现场实验的例子，我们以费什巴赫和辛格（Feshbach and Singer）的对“电视和攻击性行为”问题的大规模实验为例。作者对自己实验的评价是“第一次把实验室的实验方式带到了现场实验中。”^③这些试验者到了7个中学，对那里的18—31岁的625名高中生进行了观察和测量。在不合格的问卷和缺席者被删除之后，有效样本大小为395。这些试验者没有在不同的高中学校中重复它们的试验，而是对所考察的被试（ns）进行了跨校组合。由于跨越如此众多的学校，它们中间一定会存在很大的差异，使用那种允许学校成为一个变量的方差分析设计会更为合适。但是这种方差分析设计很可能因为被试（ns）差异过大而变得毫不适用。总的来说，这是一次大规模的现场实验。尽管如此，这次实验得出了相当一致的结果。

再来看一个小一点的例子。多罗西·道格拉斯，威斯康星大学的硕士研究生，试图检验在一个威斯康星中南部县里的某一次宣传活动中运用多媒体信息的效果。以前的学生都倾向于说明这样的活动是不成功的，主要原因在于不管怎么努力，媒介还是影

响不到那些“固执的无知者”。道格拉斯研究的是一次使人们增进对精神病人的了解以及改变对他们的态度的宣传活动。他们后来利用社会习俗对这些精神病人的看法作为论据，成功地建立了“保护家园”为精神病患者服务。

由于在全国范围内，人们对这个问题的认识和了解在逐步提高，有必要在甲社区中超越“之前-之后”试验。否则，试验者怎么可以肯定从时间 a 到时间 b 的变化不是全国性宣传在地方上的延伸？所以我们需要把第二个社区作为第一个社区的对照组，把它们的特点进行比较，找到类似的参数。然后在甲社区宣传活动开始之前和结束之后都进行信息测试。而态度测试只在宣传活动结束过后的甲社区和作为甲社区对照组的社区中进行。最初的调查采用一般的调查方法。但是，采访者只收集到“第一面”的数据，而问卷调查本身让被调查者带回家填好之后再寄给采访人。第二份问卷寄给那些寄回了第一份问卷的人。对整个调查的操纵就在于只在被调查的社区中使用所有的媒体和人际渠道：在县级的报纸上刊登新闻故事；在地方电台播出有关的宣传和讨论；在主要的商业街中进行橱窗展览；在地方的俱乐部里进行演讲等等。我们故意避免使用电视媒体，因为覆盖这个地区的电视频道和对照组的频道是一样的。在两个社区都有的报纸上也不刊登任何有关的消息。这些措施都是为了避免混淆失真。

这种设计使实验者有可能对宣传活动引起的有关知识的散布和社区内人们态度的变化进行纪录，结果发现几乎所有的回答者都受到了宣传活动的影响。实验者可以区分出是媒介的直接影响造成的结果，还是人际传播对媒介影响的加强作用导致的结果。^④

读过第九章和第十章的读者也许会问，这种研究方法和小组研究（对一典型小组的研究）有什么区别。小组研究也是对同样的一组被试进行两次或者两次以上的调查。区别就在于操纵上。小组研究的设计目的是为了对趋势进行调查。在调查 1 和调查 2

之间发生的任何事情都可以被看做是导致调查结果发生变化的原因，也就是说，这样的研究只能臆测性地研究因果关系，除非它符合一些特定条件（参见第十章的“交叉延迟相关”）。当坦南鲍姆和格林伯格^⑤试图对总统候选人肯尼迪和尼克松之间的著名辩论进行测试的时候，它们没有进行完全的控制操纵——比如说，第一次辩论——但是他们知道两名候选人之间将是会有辩论的。所以他们在两名候选人进行辩论之前对有选举资格的成年人进行了民意调查，恳求他们（被试）保证一定会观看第一次辩论，然后在辩论结束之后，填好事先留给他们的调查表。这是一次没有对照组的“之前-之后”的调查，而不是小组研究，媒介事件的介入导致了结论的变化。正像在道格拉斯的研究是由于各个方面宣传报道构成了研究的控制和操纵。这些研究可能不能被视为严格意义上的控制试验，但是他们符合现场实验的标准。

用控制实验验证大众传媒领域中的假设，我们在这里只是进行了初步的介绍，目的是为了使得读者面对这一章和第十二章里将要提出的更难的问题时有所准备。

控制实验的逻辑

控制实验可以定义为，在对外部变量进行最大控制的条件下，对因果关系进行测试的实验程序。这种实验程序通过对外部变量的控制，使得研究者可以检测到一个变量对另一个变量的影响效果（或者是检验两个变量对第三个变量的共同作用），同时证明没有其他的变量可以造成同一个结果。这种方法也许是最为复杂的可以检验因果关系假设的一种方法。正像我们说过的那样，它适用于那些进行纯科学研究的努力（也就是说对那些理论上站得住脚的假设推论进行直接测试）。这样的推论是如何从理论上产生以及对于某些概念的测量尺度是如何得出的这些问题，在第二章和第五章有详细的阐述。

像定义的那样，控制实验是一种实验程序或者是有着不同的结构的，符合各种对不同的假设推论进行直接检验的那些条件的一组程序。这种（组）程序在控制的条件下，检测一种变量对于另外一种变量的影响。虽然“变量”的定义在前面的章节中有过论述，我们有必要记住，如果一个实验者要对他们的假设推论进行定量检验，那么实验者必须掌握各种属性的变化。在理论中的概念在实验过程中变成了一种结构（construct），而这种结构将会产生测量的尺度。一个变量就是我们用尺度测量的结构。在“变量”之中，实际上有一个假设的特征属性的问题。“寻找信息的人”是人的特征属性。但是寻找信息这种特征不能被直接观测到，我们必须为测量到它而设立一个工具手段。我们想要指出的是我们有必要采取某种手段使这种特征属性在一个连续统一体上。我们必须确认，这种特征属性实际上会（在被试群中）产生变化。所以，如果有两个“变量”，我们可以测试人为的改变其中的一个对于另外一个产生的作用，或者是测试在对其中一个进行操纵的前后对另一个的影响。

“操纵”听起来可能有些“按摩疗法”。但是实际上它是控制实验的重要特点。要测试一个变量对另一个变量的影响最简单的方法就是在时间1测出一个属性，然后进行操纵，然后再在时间2中对同一个属性进行测量。就像我们将看到的，这不总是那么简单；但是为了解释起见，让我们假设来检验这种说法，即劝告性的交流越是让听者感到害怕，那么他就越是不能达到劝告的目的。在这里我们需要操纵这种信息中间的恐惧内涵。我们测试劝告（总是为了达到某种目的而进行的）是测试它的某些属性。在这里，让我们假设我们进行劝告的目的是为了让人相信超速是在高速公路上死亡的主要原因。

于是，我们随机发给被试不同的处理条件。在一种处理条件中加进了高度恐惧，在另一个处理条件中间加进了中度的恐惧，而在另一个处理条件中加进了低度的恐惧。理想情况是，实验将

会使所有的口头的信息相同而只是在其他的方面，比方说在图形上，体现不同程度的恐惧。加入恐惧就是我们的操纵劝告性的信息在所有的处理条件中都是相同的。

推论原因

一个测试如何使我们能够在自变量和因变量之间推论原因联系（自变量使得因变量出现并发生变化）？常识会告诉我们如果我们为单一的事件找到单一的原因，我们就可以说 A 导致了 B 这个结果的出现。但是科学的努力并不假设单个原因。科学努力试图找出可能使某种特定的现象出现的那一些条件。我们故意说“可能出现”，至少行为科学中我们可以证明满足适当条件的时候某种现象就会发生的这种可能性。我们寻找在行为中的不可变的因素，但是我们没有找到绝对的事。当一组条件总是导致预期结果的出现时（也就是说可能性系数很高的时候），我们证明了这种关系。因为由于没有一个反例出现，我们不能说是出现预期的结果是因为偶然。最好的指示系数是那些可以最大限度的解释因变量的变化的指示系数。

我们不是想要知道是什么引起了什么，我们需要的是在我们的数据中寻找相对不变的因素。我们不是找原因，而是找寻必要条件和充足条件。如果在只有在 A 出现的情况下，B 才会出现，那么 A 是 B 的必要条件。如果只要 A 出现，B 就一定会出现，那么 A 既是 B 的必要条件又是 B 的充分条件。至少，有必要表明因果关系的 1) 伴随变量和 2) 先时性。伴随变量的意思是 B 总是随着 A 的变化而变化。这就是相关关系表明的内涵。但是在显示伴随变量时，我们只是显示了两个变量一起变化而已。我们需要更多的信息来说明 A 的变化发生在 B 的变化之前。所以，当 A 和 B 都发生变化，而 A 在时间上早于 B（B 不早于 A），那么我们有理由认为 A 和 B 之间有因果关系。如果我们可以确定

是 A 而且只有 A 导致了 B，我们就可以说 B 是 A 的函数。我们几乎从来没能高兴地宣称 A 是 B 的惟一原因。

因为实验可以使我们有控制事物发生的先后顺序，实验于是有助于我们发现因果关系（由于进行交叉滞后相关测试的研究者也可以时间进行控制，他们也有可能进行因果推论。但是他们不能控制事件发生的先后顺序，他们只是利用现存的时间先后顺序）。

但是我们在确认因果关系的时候，我们还没有证明 A 是 B 的原因。其他随着 B 的变化而变化的因素，如果时间发生在 B 的变化之前，也可能和 B 有因果关系。所以我们要做的变成：或者是要证实其他的解释是假的，比如说 C 和 B 表面上的因果关系是由于 C 和 A 的相关关系造成的；或者是找出导致 B 发生变化的那一系列因素。如果 A 和 C 都预示了 B，而且 A 和 C 在一起时比只有其中任何一个的时候能够更好的预示 B，那么我们就有理由说我们找到的是多项因果关系。最基本的就是看哪一种条件的组合能够最好地预测因变量的变化，最好地解释因变量的变化的那组条件我们可以认为是 B 的原因条件（直到其他更为有力的预测因素被我们发现为止）。

但是正像我们可以从实验安排中找出多项因果关系那样，实验还为我们提供了把无关的和错误的因素排除在外的办法。理想的控制指的是对其他所有可能的解释的控制。一次具有良好设计的实验使我们可以演示一组条件可以解释因变量大部分变化而且没有其他的因素可以更好的解释因变量的变化。在样本调查中，我们可能可以演示一个变量和第二个变量之间的相关关系比其他变量和第二个变量的相关关系更强。我们也许可以使用多重回归、部分相关和其他复杂的多变量技术手段。但是由于所有这些变量同时发生，除非我们可以表明（或者假设）一个变量的变化早于另一个发生，我们没有理由推论原因。

实验室的实验必须设计得有利于确定只有自变量（或者是自

变量之间)可以解释因变量的行为变化;部分或者是准实验只有在它们符合这种条件之后才可以称为实验。坎贝尔和斯坦利(Campbell and Stanley)把前者称为“内在有效性”(内在于实验设计)而后者称为“外在有效性”(他们没有发现任何的实验可以满足所有有关外在的有效性的条件)。^⑥

回到我们提到过的恐惧在劝告中的作用这个话题,我们已经对一次事后设计进行了描述(参见表1)。但是这设计很明显的是不充分的。我们如何控制被试原来态度之间的差别?我们只是通过随机的向被试分发处理条件。如果我们的操纵很强、我们的信息是劝告性的、我们的态度测量值得可靠的,我们也许可以展示出差别。但是没有事前和事后测量值,我们就不知道是否是这种信息使得态度沿着我们预测的方向有所改变,我们也不知道是否恐惧使得劝告得以被“接受”,也就是说,信息是否引起了一定程度的“恐惧”(如果我们也不知道我们的态度测量值的可靠性和可信度有多高,我们需要重新来过,就像前几章曾经强调指出过的一样)。

但是,我们也可以采取一些其他的步骤。首先,我们可以增加一个对照组,这个对照组可以看一看一部和我们所进行的态度测试的主题不相关的电影(而且我们还必须证明这部电影和我们所进行的态度测试的主题是不相干的)。这样我们就可以知道在实验室情况下,是否存在研究者不能控制的那种可能产生后果的因素,即这种(些)因素可能导致了那些我们希望仅仅只是与我们的操纵相关的后果。“看部电影”而不是某部特定电影的内容,也许导致了最后结果的产生。

这把我们带到了一个更为完整的实验设计,这种设计也许可以由表2表示。这可以叫做测试前-测试后或者事前-事后设计。如果再加上正当面对恐惧时的单独测试,就变得更加详细了;参见表3。

我们仍然没有一个对照组。我们为什么需要对照组?如果设

计允许我们得出在时间 1 时态度之间没有显著差别这个结论，而且我们也看到三个实验小组像预测的那样都感受到了恐惧（高度的恐惧信息导致了恐惧最强有力的体现，而低度恐惧信息导致了恐惧最弱的体现），怎么还会需要对照组呢？实际上，这三个处理条件小组相互之间互为对照组。如果我们换成另一个角度来看这个问题，这一点就会更加的明显了：我们的假设使得我们考虑的不是有多么恐惧，而是是否在劝告的同时引入了恐惧？如果我们的假设要求我们从信息引入的恐惧的量（程度）来考虑，那么三组实验的设计是必须的。它将使我们可以得到在恐惧最大的条件下态度变化最小的结论（这也就是在这次假设实验中的、和在贾尼斯（Janis）和费什巴赫的很相似的实验中的实际的预测）^①。但是如果我们的预测是由于恐惧使得态度变化没有产生，那么我们可以采用更为简单的设计，而且没有恐惧（零—恐惧）小组将成为对照组。

但是我们有在事前—事后设计中引进对照组的另外一个原因。它和事前测试是否会造造成无意识的结果这个问题有关。事后设计的优势就在于它排除了事前测试可能对事后测试产生不良影响的这种可能性，尤其是在事前测试和事后测试同时测量同一个问题（比如态度变化）的时候。我们可以假设每一种经历都是有有效果的。测量态度变化的基准的潜在效果，就是所有组成测试的项目都具有教育效应。当我们进行重复测试的时候，我们无法知道这种差异是由于曾经经历过这种测试引起的，还是由于信息内容对被试产生了效应而引起的。谈到我们对教育效应，比如说“信息获取”进行测试的时候，我们尤其可能由于第一次采用的也是同样的测试项目使得在无意中夸大了最后得到的结果。但是这也不一定就是“学习效应”，也可能是感受性增强效应。第一次的测试使被试对主题变得更加敏感，例如，他们可能知道应该在劝告性信息中找寻什么。

我们有一些实际解决方法。但是这些解决方法常常是弄巧成

拙。第一个方法，就是让事前测试、操纵和事后测试之间相隔的时间更长。这种方法基于时间会让人逐渐忘记（记忆衰退）这一点上。但是感受性增强效应常常导致有选择性的而不是随机的记忆衰退。另外一种是把事前测试问题隐藏在另外的测试工具（instrument）之中，以期这些项目和事后测试的项目之间的联系不会被被试看出来。这对于减少感受性增强效应是有帮助的，但是对于减少测试学习效应却没有什么效果。当然，很多标准化测试可以在没有任何项目相同的情况下给出效用相当的测试表。但是这样的测试表更为常见的是，比如说，在分层的时候为定位人们的那些稳定特性的时候使用，作为效果测试的时候很少有用。我们主要是自己设计自己使用的测试手段，很少那么麻烦地去设计可靠性相当的不同表格。

相对来说最简单的解决这个问题的办法是使用对照组，来检测事前测试对被试的作用。如果在事后测试中引进了两次或者两次以上的测试，就表明有两个这样的组。比如，常见表4（在这个和下一个例子中，我们承认可能需要两个单独的和被试接触的机会，我们叫它们为时间1和时间2）。

我们在两个针对无意识测试效应设计的测试中，对照组1为我们提供了最初的态度测量对第二次的态度测量的影响。对照组2为我们提供了引入效果的测试对事后测试的影响。（另外一种办法是使两个对照组都进行事前测试，其中的一个还进行引入效果测试，这样就可以使得在前一个案例中包含事前测试的效果，而在另一个案例中包含两个测试的综合效果。）

懂行的读者可能明白前面的讨论提出了比它能够解决的还要多的问题。虽然每一种设计都解决了每个案例提出的问题，但是这些解决之道都是还很粗糙的解决办法。至少他们不能得出我们找寻的惟一答案：这次的调查显示的结果是否支持研究假设？我们要的是一个“是”或者“否”的回答，理想的情况是一个单独的调查，通常是一个单独的方差分析（ANOVA），这会为我们

提供这样的答案（即“是”和“否”的答案）。这才是一流的解决方法。当我们不得不通过一系列的这样的提问和回答之后，才逐渐靠近关键的问题时，这种解决办法就称不上是一流的方法。

从我们已经进行的推理中我们自然会想，最后提到的设计将会在最后提出这样一个问题：第一组的事后测试值是否（在代数上）显著地比第二组值低。或者这种测试是否可以考察在第一组中时间1/时间2的变化是显著的负的（NEGATIVE），而在第二组中的变化是显著的正的（POSITIVE）（这要求两个独立的答案）。但是我们只有在得出事前测试对于事后测试没有显著的效果，同时引入试验对于事后测试同样没有显著的效果的时候才可以把这归结于是恐惧的引入而不是其他的原因引起的效果。只有在那样的时候，我们才可以相信“主要的效果”（这在严格的意义上并不是真的，因为比如说事前测试对于事后测试的影响只会减小我们得到“主要效果”的或然率。也就是说，事前测试对于事后测试的影响主要是构成第二类错误，而不是第一类错误。第一类错误就是我们拒绝应该接受的真假设，而第二类错误就在于我们接受一个假的假设为真）。

所有这些都提醒我们注意在实验设计和统计设计之间（或者在实验者的实验和统计测试将会提供的答案之间）应该存在紧密联系。这意味着或者是得出一个能一次性提供所有所需答案的单独设计（比如一个简单的方差分析，这能够产生“主要效果”或者对方差的复杂分析，产生一个或者更多的主要效果和所有可能的相互作用）。提到的独立测试可能不符合一个方差分析。而且可能需要在一系列的带有有效特性的预备实验中进行处理。例如，一个这样的测试可能发现导入恐惧并不会总是会有作用（“take”），而后面的测试设计不应该因此而乱成一团。另外一次测试可能会发现我们并不需要使用事前—事后设计，因为我们需要考察的态度值有着正态分布，如果在导入和操纵之前进行测试，我们不会发现显著的差异。这样的事前测试会带来简化的

方案（见表5）。

在这个例子中，第二个小组实际上是一个对照组。那为什么我们还必须有二个实验组（而没有一个对照组）呢？就像我们提到的那样，这取决于我们做出了什么样的假设。假设1—恐惧阻止了态度向信息所推动的方向变化和假设2—引入的恐惧高低程度和态度变化大小程度之间有线形反比关系。如果我们的假设是有线性关系，我们必须证实线性关系的存在，而且要证实它至少需要在假设的“线”上有三点。但是在我们目前的案例中，我们假设的是一种效果而不是一种线性关系。

无效性的来源

我们有必要对“先期处理条件测试”的未知效果进行控制。尽管这是很重要的步骤，它也是在试验设计中可能存在的潜在无效性来源之一。坎贝尔和斯坦利曾列出了12个无效性来源。^⑧

1. 历史尤其对于现场实验来说是个问题：在首次和事后（后处理条件）测试之间发生的未受控制事件。

2. 成熟即随着时间的推移，被试、小组以及社区的成长。

3. 测试就像我们所看到的，参加一次测试对于后来的测试的影响。

4. 使用工具手段在一组人手里的工具手段会产生和另外一组人使用时不同的效果。比如观测某小组解决问题时使用“交互程序分析”方案就是这样一个易受影响的例子。

5. 统计回归如果在各小组中只得出极限值，它倾向于在第二次测试时减少数据值。“从（极限值）向平均值回归”，这对于测量专家来说是非常熟悉和普遍的。

6. 在选择回答者时的偏见如果回答者不是随机地分配到处理条件或控制时，选择回答者时的偏见就发生了。

7. 实验道德在随机删除之外的，由于其他原因使得被试的

数目减少，一般在小组实验中发生。

8. 成熟因素和选择因素之间的相互影响这一般只在某些准实验设计中出现。

9. 测试效果包括反映式的测试效果和交互式的测试效果。反映式的测试效果是指在操纵之前的测试对因变量产生影响；而互动式的效果指的是在选择偏见和因变量之间的互动关系。在这样的情况下，测试和选择效果据说会使得因变量变得不清晰。也就是说，实验者不知道结果是由其所预测的关系导致的还是由其他不受控制的原因导致的。

10. 选择偏见和因变量之间不受控制的交互关系比方说，当被试的性别和预测行为结果有关的时候，在向被试分配处理条件的时候没有能够控制被试的性别差异。

11. 实验安排和（在实际生活中）人们的通常行为在某种程度上是不相关的比方说，实验的情况是如此的复杂或者人为的，以至于结果和实验人员期望发现的关系联系不大。

12. 多种处理条件导致的迷惑当然，这只在那些需要同一个被试或者是一个被试小组完成多种处理条件，而前一次效果没有被成功地抹掉的时候才会发生。

其中的前六个削弱了实验的有效性。而后面的六个则提出了有些有效实验是否可以代表整个人类群体这样一个问题。在两种情况下，这些说法都总结了它们出现之前人们的杂乱无章的有关叙述。

一些实验设计

三个得到最为广泛接受的实验设计是带有对照组的事前-事后设计，带有对照组的事后设计，带有处理测试效果的额外对照组（大于或者与两个）的事前-事后设计。我们在前面的讨论中全部都有所涉及。

概括地说，带有对照组的事前-事后设计随机地把被试分至少两个小组，在时间1中对它们进行测试，对于其中的一个进行操纵，而另外一个不进行任何操纵，然后再进行测试。

带有对照组的事后设计随机地把被试分为不同的对照组，随机地发给它们处理条件，在操纵之后进行测试而不是在操纵之前。

通常认为是所罗门发明的四个小组的事前-事后设计（带有对照组）随机地把被试分为四个小组，^⑤对第一个小组在进行操纵之前和之后都进行测试，对第二小组也同时进行两次测试（但是在这个小组中没有操纵），在第三个小组中只在操纵之后进行测试（不进行事前测试），而对第四个小组只在以后进行测试。这个实验设计在这三个常用的实验设计中是最好的。因为它不仅能够证明和理论推断相符，同基本的对照组（没有任何操纵的小组）相比实验小组显著的得分更多；而且还为这些更多的得分并不是由于实验前经历和操纵两者之间的相互作用造成的提供了证据。就像我们已经看到的那样，问题就是很难找到可以检测这种相互作用的单独方差分析。

我们肯定还没有穷尽我们能够利用的所有实验设计。我们在这里提到的这些实验设计可以算得上是最安全和最直接的实验设计。很多时候我们需要更为复杂的实验设计，我们在后面给出了一个详细的例子。另外，在第十二章，我们还会讨论在这章中没有提到的一些设计。

我们现在将要讨论带有对照组的实验会面临的一些问题：如何来确定被试分发到的是随机的处理条件 and 如何来控制次序效应。

随机分配小组

人们倾向于认为控制实验总是在有着雪白墙壁的无菌实验室

中进行的。但是不管是在实验室中进行还是在真实生活的环境下进行，控制实验最重要的一点就是随机化。我们知道如果要符合使用标准统计学的假设就必须采用概率样本。在样本考察中（sample survey），这就意味着如果我们要对假设进行有效的检测，我们必须符合随机样本的条件。

在这个试验中的推理和样本考察中的推理是不一样的，但是它们有一个相同的特点。对随机选择的要求对于任何认真定义后的领域中的样本来说都是必须的（见第九章）。这使我可以推论在样本（相同的条件下得到的）无限的重复的情况下，我们该有何预测。进行随机选择这个条件，对于任何时候采用概率统计来说都是必须的。在实验室中，我们并不依赖定义领域中的取样。我们也不打算自欺欺人地认为，在我们实验中作为被试的平平常常的大学二年级学生是人类总群体的随机选择。我们只是把他们作为人类的实例。我们把他们随机地分配给处理条件小组，这就意味着与比较无关的所有特征（如果这些特征随着处理条件和对照组产生变化的话，将会影响最后的结果）受到的是随机变化的影响。这意味着这些特征可以在小组内部产生差异，但是由于随机选择（分层后随机选择）的原因，在小组和小组之间没有区别，这样小组本身就不会成为不可预测的和不可控制的变化根源。

实验员喜欢在一个相对同质性比较高的群体中间分发处理条件。这又是一种减少不可控制的变化的手段。在一个同质性很高的群体中进行随机选择比在一个异质性很高的群体中进行随机选择有很多的好处。大学的二年级学生是一个异质性较高的群体，但是和——比方说全国的成年人——比起来相对的同质性水平就高很多了。

如果我们希望在成年人群体中间估计参数的话（就像我们在全国范围内进行样本考察时一样）我们以大学二年级学生为样本显然会显得很愚蠢。但是在实验室里我们不是在对一个特定的群

体进行参数估计。我们做的控制实验的目的是检测某种条件下变量之间的关系，这样我们就可以对因果关系有一个有限的了解。另外一种说法可能认为我们可以解释更多的变量，只要我们比方说，不把年龄作为一个受到控制的因素而是把它作为一个变量来处理。但是这样的话，这种变量就不得不接受同一种检验：实验室检验。如果这种说法可以解释因变量更多的变化的话，那么这种说法是一种更为高明的说法（当然，是在重复实验之后，很少是在单独的一次证实之后）。

基于小组的大小和随机选择可以导致小组间差异这种的可能性偶发事件这两个原因，我们有额外获取对那些既有危险成为不可控制的变量的进行控制的方法。对于这样的一个变量我们可以采取在进行随机选择之前进行分层处理的方法（在设计样本调查时也是可以这么做的，但是在实验室实验中这么做是尤其容易的）。如果，比如说，我们对男女比例大致相当的小组进行采样，我们不知道性别是不是，或者说我们害怕（而且我们不愿意故意改变）性别可能对我们所需要检测的预测来说是一个显著的变量这种情况的发生。在这种时候，我们可以随机地从男人中间选出样本，并且在女人中间也随机地选出样本，这样我们就可以确定实验小组中的性别构成比例和他们所来自的群体比例是一致的。很多时候，社会经济差异（虽然没有理由在此基础上假设差异的存在）也是同样地被精心控制起来，以防止他们成为实验中的人为假象（artifacts）（人为假象也就是可能给实验结果带来不同解释的那些不受控制的因素）。

在使用学校儿童的实验中，我们经常以年级来对他们进行分组，这样，我们就可以对低年级、中年级和高年级进行比较。但是我们在把，比如说5、6、7年级，作为一个处理条件小组的时候，我们如果对这几个年级先进行分层处理之后，再随机地把他们分成小组，我们就可以确定我们的处理条件小组可以代表三个年级，而且和他们在对照组中的分布构成相当，那么效果就更

好了。

分层处理不应该和配额采样相混淆。在配额采样中，我们所依靠的是一种完全回避（忽略）可能性的选择。在采样调查中，这就意味着采访人为了“完成某种配额”而对被试进行选择。而作为变量的配额类型如果不受到控制常常会推翻整个调查。更不用说它违反了随机假设，所以调查小组没有任何有效理由使用标准化的统计学工具。分层处理是在随机化处理以外进行的步骤，事实上，它基于可能性选择，对那些我们不了解其作用的变量进行控制，而对那些我们或者了解或者怀疑其作用的变量分布，我们也不把它们留给“偶然机遇”。

有必要指出，当我们在进行随机选择之前进行分层处理的时候，我们为了研究分层后的变量的效果，总是努力达到理想的分层结果，因为我们可能可以知道一种理想的不定数（N）：在不同的小组中变量的分布状况是一致的。这也可以用于把这样的变量作为协方差检验中的一种共变量，或者在测试没有预测到的（当然也就没有包含在原先预想的实验中的）相互作用时使用（相互作用，参见第四章；如何使用协方差检验，参见第十二章）。

对次序效应的控制

在大众传播研究早期，最受欢迎的研究就是对次序效应的研究，比如，对论证的次序的研究以及论证次序对劝说效果作用的研究。但是，我们在这里所关心的是对在实验情况下，对测试（或作业）的次序可能造成的未知结果进行控制的问题。我们已经看到试验员对效果的关注，比方说，对事前测试的效果的关注。所罗门的智慧的解决办法是采用额外的对照组对未知的效果进行测试。有了这些例子作为背景，我们对于实验员对测试和作业的次序可能造成的未知结果有所警觉就不会感到吃惊了。

当次序是任意的而且不是一个对实验有意义的因素的时候，我们可以通过故意的变化和随机处理对次序效应进行控制。我们只需要通过让前一半组的被试以前一种测试和作业的次序，而后一半组的被试以另一种测试和作业次序进行同一种测试的方式来消除次序效应的可能性就可以了。谁得到什么次序完全是随机的。这样，只要统计的设计允许，我们就可以同时对次序效应或者是对次序和其他的变量之间的相互作用进行测试。同时，我们也对次序效应对主要结果的影响进行了控制。有时候，我们可以对效果的存在进行预备测试，如果没有发现，就把它从最后的方差分析中除去。但是更好的解决方法是把次序作为单一分析的一个变量。由于在方差分析设计中我们的选择是很丰富的。如果我们的计划包括考虑所选择的设计的要求，我们就可办到这一点。

案例详述

现在，我们已经讨论了实验的原理。让我们一步一步地详细讨论一个案例来看看这种实验原理是如何被应用的。我们的例子就是莱昂内尔·巴罗（Lionel C. Barrow）和来自威斯康星州大学电视实验室的本文作者所进行的实验。正像我们前面给出的一个定义所规定的那样，由于考察者是在被试的领地上而不是在实验室里进行考察的，所以这是一次“现场”实验。读者可以自己决定这是否是一次真正的控制实验。我们说它是控制实验就在于我们在这次实验中曾经采取措施以消除由于在不同的地点召集而造成的小组间差异。测试是在四所学校的两个六年级班级中进行的。

这次研究的主要目的就是要比较两个每周一次，每次15分钟的专门为中年级的学生制作的“新闻探索”节目的有效性。这两个节目分别是一个已经播出了好多年的无线电节目和一个播出几年的电视节目。已经有一系列的研究认为电视是更为有效的媒

介。由于这个原因，研究的假设就是电视节目的有效性应该高于无线电台广播节目的有效性。

我们对使用这个实验来考察另外一个假设也感到同样有兴趣：电视节目对于学习迟缓者的教育效果比对学习迅速者的教育效果还要好。好几个对电影和电视的研究都有这样的结论，虽然有的研究提出了相反的意见。我们的假设是电视节目向智力低的小组提供更多的信息值，而无线电节目对智力高的小组提供更多的信息值。

第三个问题是关于我们所假设的电视节目作为教育手段和无线电节目相比所表现出来的优越性，是否是因为可视媒体与无线电节目相比，对于六年级学生来说可以更好地突出表现视觉主题这个问题。这要求把那些采用视觉媒体（使用电视机）的主题和那些没有采用视觉媒体的主题分开，对它们的突出表现能力进行测试，并把它们的效果和在无线电节目中的效果相比较。

第四个问题和课堂讨论是在观看节目之前进行（促进感受性）还是在观看节目之后进行（强化刺激），哪种效果会更好这个问题有关。这个问题同样也是由于过去的研究结果不明确而再次提出。（这在设计中是有所包含的也对此有所纪录。^⑩但是由于没有得出一致的差异，所以我们在这里不对它进行进一步的讨论。）

第五个问题是信息节目是否可以给那些寻求大量信息的人（和寻求一般信息的人相比）更大的好处，而且媒体差别是否会影响这种效果。我们的假设是寻求大量信息的人在任何的媒体影响下都会接受更多的信息，记住的信息（在六到九周之后）也会多一些，但是在信息接收者和媒介之间的相互作用的这个问题上，过去还没有理论和实验。

对于第一个假设来说（电视相对于无线电），在如何处理不同但又相当的媒介内容这个问题上，我们必须做出相当艰难的决定。我们考虑了两个可能的方案。第一个是进行“渠道”比较。

有三种方法可以进行渠道比较。第一个方法是把电视节目内容的声音部分直接作为无线电广播的内容，这会对电视节目有利。第二个办法是直接使用无线电广播的声音，把录像机的镜头直接对准播音员，这样会对无线电节目有利。第三个方法是进行“模拟播出”，这样可以更为平等的处理两种媒介，但是两种媒介的效果都不可能获得最大的体现。第二种可能的方案是进行“媒体”比较。为了确定在主题内容上两者是相同的，我们对4个在无线电广播和电视节目中的不同的新闻节目进行了内容分析，来确定它们的主题词，并对主题词出现的频率进行了统计。

所以，这里有五个独立的变量。它们是媒介、节目、[事前和事后]讨论、对主题的强调、有无视觉效果。我们把对主题的强调定义为为了体现主题而使用词语的频率。视觉效果指的是在电视节目中的为了突出主题而使用的动画、静画和图。^①

有三个中间作用变量 (mediating variables)：智力、媒介的使用和对新闻人物的了解。我们获得了所有参加这次调查研究的学生的智力测试的结果。我们的第二个假设的验证也需要智力测试结果。我们为了获得我们“信息寻求者”，我们也对被试的媒介使用和对新闻的了解进行了评分。它们之间的相关水平是很低的，但是和它们与智力的联系水平相比却要高一些。

主要的因变量是立即（对节目中的事实信息进行）回忆、滞后回忆（在最后一个节目之后的第六个星期）和（主题的）显著性。我们通过让被试在老师的组织下完成24个多项信息选择来获得对立即回忆的测试。在这里我们只是用事后测试来避免感受性增强效应。滞后回忆是通过让被试完成一个32项的测试。这个测试包括确定每个新闻节目中8个最好的项。我们通过项目分析（分析每项对总分的估计能力）来得到最好的项。我们通过让每个学生在节目之后写下他们所记下的所有信息的方式来获得显著性分析资料。我们把每个学生第一个提到的主题作为他们的第一显著性主题。

每个节目都是关于最近发生的单独事件的有些深度的报道。因为他们报道的是非常新的事件，没有可能对信息测量进行事前测试。虽然如此，主题分析表明，虽然无线电节目使用的话语更多，但是在主题结构方面两者的差别不大。这是由次序相关决定的（参见第四章）。

要使立即测试结果作为因变量参加方差分析需要很仔细的设计。由于学校对这次实验只给 30 分钟的限制，这变得更加困难。这表明一些小组得到了其他小组没有能够得到的事后处理条件。我们在表 6 中可以看到事后处理条件的轮流设计。大写英文字母表示的 4 个事后处理条件方案，通过对这 4 个方案的依次轮流的设计，我们就可以确定这 4 个处理条件对于所有的这 4 所学校和所有的这 4 个节目来说都只出现了一次（ R_1 ），惟一的差别就在于这种回忆测试是基于刚看到或者听到了节目还是基于以前看到或者听到的节目。

我们通过轮流的进行这些事后测试来消除次序效果。这样对于一组被试来说讨论在显著测试之前，而对于另一个小组来说，讨论在显著测试之后（参见标有 A 的方框）。同样的参见标有 B 的方框，有些小组讨论在回忆测试在前，而有些小组在回忆测试之后。对于显著性测试和回忆测试之间，我们为了避免次序效果，也采取了相同的措施，参见标有 C 的方框等等。

228 个被试在根据言语智力和非言语智力进行了分层处理之后，随机地被分进了几个处理条件小组。原因当然是我们所预测的智力得分和媒介与信息获取之间的相互作用，以及我们的假设是基于在言语相对于视觉言语媒体的差别之上。（我们所使用的测试为我们提供了被试们言语的和非言语部分得分。）

我们的无线电和电视节目同时向我们的学校进行了播出。学生在不同的教室里同时收听或者收看了节目。调查者对学生在分层后进行了随机分配，但是老师把被试安排在指定教室里。滞后回忆测试在最后一个节目播出六个星期之后的原教室中进行，这

表明有些材料是六个星期前的，有的是七个星期以前的，有的是更早的，等等。

除了讨论变量，研究结果相当让人满意。我们所精心的安排的那些用来确定我们可以对我们的一系列假设进行有效的测试预防措施，以及我们为协调各个方面的人员而花去的很多的时间最终看上去都达到了满意的效果。显著性实验像我们预测的那样得出了显著差异。我们还发现了预测之外的“强调”假设，这对显著性（强调=每个主题的词语量）很有利。电视节目的立即回忆的效果比无线电广播的效果大的多，但是在滞后回忆中情况有所变化。^⑩和我们的预测相反的是，电视对于中等智力水平的人的影响远远低于对智力水平低的人以及智力水平高的人的影响，这样就支持了过去的研究提出的看上去自相矛盾的结论。但是，这些显著差异同样在滞后回忆测试时消失。这可能表明对于两种媒介来说言语智力测试中得分偏低比在非言语测试中得分偏低的影响更大。^⑪

对“找寻新闻”研究的结果的这种属性和立即回忆之间存在不相关的关系，但是和滞后回忆是显著的正相关关系，这种显著的正相关关系对我们寻找新闻的两种测试都是成立的。^⑫我们还没有精明到预测效果应该是一个滞后的效果，而不是一个立即的效果，但是结果比预测更具有意义。这种关系一般是在立即回忆时成立，随着时间的推移，逐渐消失。

我们在这里提到的设计是比较复杂的，部分的原因是因为获得被试的代价非常高昂。我们举出的这个例子并不是要作为典范，而是为了展现在研究过程中间我们曾经做出的决定，同时还希望着重强调纯粹的理论问题是些什么。我们的这个讨论在第十二章中还将继续讨论下去，同时还会对它有所展开。第十二章我们将着重强调适用于实验的统计设计。

（曹琳佳译，关世杰校，译自：G. H. Stempel & B. H. Westly

(Eds.), Research Methods in Mass Communication, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 第十一章.)

附:

表 1 只测量实验后效果的设计

	时间 1 引入实验	时间 2 测量效果
组 1	强恐吓退息	态度 1
组 2	低恐吓退息	态度 2

表 2 实验前后都测量效果的设计

	时间 1 实验前测量效果	时间 2 引入实验	时间 3 实验后测量效果
组 1	态度 1	强恐吓退息	态度 2
组 2	态度 1	中恐吓退息	态度 2
组 3	态度 1	低恐吓退息	态度 2

表 3 检测实验的、实验前后测量效果的设计

	时间 1 实验前测量效果	时间 2 引入实验	时间 3 检测引入实验	时间 4 实验后测量效果
组 1	态度 1	强恐吓退息	作用 1	态度 2
组 2	态度 1	中恐吓退息	作用 1	态度 2
组 3	态度 1	低恐吓退息	作用 1	态度 2

表4 控制测量作用的、检测实验的、实验前后测量效果的设计

	实验前测量效果	时间1 引入实验	检测引入实验	时间2 试验后测量效果
组1	态度1	迅息+恐吓	作用1	态度2
组2	态度1	只有迅息	作用1	态度2
控制1	态度1			态度2
控制2			作用1	态度2

表5 对实验进行内控式检测的、实验前后测量效果的设计

	实验前测量效果	时间1 引入实验	检测引入实验	时间2 实验后测量效果
组1	态度1	迅息+恐吓	作用1	态度2
组2	态度1	只有迅息	作用1	态度2

表6 实验设计

学校	班级	节目							
		1		2		3		4	
I	1	S	D	R ₁	S	R ₂	D	R ₂	S
		A		D		C		B	
II	2	D	S	S	R ₁	D	R ₃	S	R ₂
	3	R ₁	S	S	D	R ₂	S	R ₁	D
III	4	S	R ₁	D	S	S	R ₂	D	R ₁
	5	R ₁	D	R ₁	S	S	D	R ₃	S
IV	6	D	R ₁	S	R ₁	D	S	S	R ₃
	7	R ₁	S	R ₂	D	R ₁	S	S	D
V	8	S	R ₁	D	R ₂	S	R ₁	D	S
		D		C		B		A	

S. 突出性测试卷

D. 讨论时间

R. 回忆测试 (R 右下方数字表示被测试的节目。如 R₁ 表示被测试节目1, 以此类推)。

注释:

① See "The Effect of Headlines on the Interpretation of News Stories", *Journalism Quarterly*, 30: 189 - 97 (Spring 1953).

② Matthew Luckiesh and Frank K. Moss. *Reading as a Visual Task* (New York: Van Nostrand Reinhold CO., 1944).

③ Seymour Feshbach and Robert D. Singer. *Television and Aggression: An Experimental Field Study* (San Francisco: Jossey-Bass, 1971).

④ Consult Dorothy F. Douglas, Bruce H. Westley, and Steven H. Chaffee. "An Information Campaign That Changed Community Attitudes," *Journalism Quarterly*, 47: 479 - 81, 492 (Autumn 1970).

⑤ Reported in Sidney Kraus, ed., *The Great Debates* (Bloomington: Indiana University Press, 1962).

⑥ See Donald T. Campbell and Julian C. Stanley, *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research* (Chicago: Rand McNally & Co., 1963), originally a chapter in N. L. Gage, ed., *Handbook of Research on Teaching* (Chicago: Rand McNally & CO., 1962), "the bible" of experimental research for years. A more recent version is Eugene J. Webb and Donald T. Campbell, "Experiments on Communication Effects," in Ithiel de Sola Pool and others, eds., *Handbook of Communication* (Chicago: Rand McNally & Co., 1973).

⑦ Irving L. Janis and Seymour Feshbach, "Effects of Fear-Arousing Communications," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 48: 78 - 92 (1953).

⑧ Campbell and Stanley, *Experimental and Quasi-Experimental Designs*.

⑨ R. L. Solomon, "An Extension of Control Group Design," *Psychological Bulletin*, 46: 137 - 50 (1949).

⑩ Only in the complete report. *Exploring the News: A Comparative Study of the Teaching Effectiveness of Radio and Television*, *Research Bulletin*

No. 12, *Television Laboratory. University of Wisconsin. 1959.*

⑪ *By accident, a visual theme crept into one radio version! The script called for "map scouts" to go to the front of the room and pull down a map of the Caribbean, Which they presumably did.*

⑫ *Lionel Barrow and Bruce H. Westley, "Comparative Teaching Effectiveness of Radio and Television," Audio-Visual Communication Review, 7: 14-23 (1959).*

⑬ *Lionel Barrow and Bruce H. Westley, "Intelligence and the Effectiveness of Radio and Television", Audio-Visual Communication Review, 7: 193-208 (1959).*

⑭ *Bruce H. Westley and Lionel C. Barrow, Jr. "An Investigation of News Seeking Behavior", Journalism Quarterly, 36: 431-38 (Fall 1959).*